رسانه‌های نوین و تحولات بین‌المللی

علی حاجی محمدی ـ عبدالله بیچرانلو



بسم الله الرحمن الرحیم

رسانه های نوین و تحولات بین المللی

نویسنده:

جمعی از نویسندگان

ناشر چاپی:

مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتالی:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

رسانه های نوین و تحولات بین المللی

مشخصات کتاب

سرشناسه: حاجی محمدی، علی، ۱۳۵۸ -

عنوان و نام پدیدآور: رسانه های نوین و تحولات بین المللی/ علی حاجی محمدی، عبدالله بیچرانلو؛

ویراستار محمود سوری؛ [تهیه کننده] مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما.

مشخصات نشر: قم: صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری: ۲۴۰ ص.: مصور، جدول، نمودار؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س م.

ISBN: ۹۷۸ – ۹۶۴ – ۵۱۴ – ۳۴۹ – ۵ ۷۲۰۰۰ ریال؛.

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: کتابنامه: ص. [۲۲۷] - ۲۴۰؛ همچنین به صورت زیرنویس.

موضوع: رسانه های گروهی و تکنولوژی

موضوع: رسانه های گروهی -- نوآوری

شناسه افزوده: بیچرانلو، عبدالله، ۱۳۵۹ -

شناسه افزوده: صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی

رده بندی کنگره: ۱۳۹۲ ۲ح ۸ت / P ۹۶

رده بندی دیویی: ۳۰۲ / ۲۳

شماره کتاب شناسی ملی: ۳۶۰۰۰۸۴

ص: ۱

اشاره

ص: ۲

ص: ۳

ص: ۴

ص: ۵

ص: ۶

ص: ۷

ص: ۸

ص: ۹

دیباچه

دیباچه

در عصر ارتباطات و اطلاعات، رسانه های نوین از جمله اینترنت، شبکه جهانی وب، سینمای دیجیتال، رایانه های شخصی، دی وی دی ها، سی دی ها و ماهواره که با رسانه های آنالوگ تفاوت اساسی دارند، ابعاد گوناگون حیات بشری را تحت تأثیر قرار داده، نقش بسیاری در تحولات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ارتباطی دارند.

امروزه رقابت در فضای رسانه ای پیچیده جهانی موجب شده کشورهای مختلف برای دست یابی به اهداف و منافع خود و تسلط بر افکار عمومی در دیگر نقاط جهان از این فن آوری بهره فراوان برند. پدیداری این مسائل، کنشگران عرصه های یادشده را به مطالعه کارکردهای گوناگون این رسانه ها و آثار آن ترغیب کرده تا از این رهگذر بتوانند رسانه های پیش گفته را به جایگاه مناسبی در معادلات جهانی سوق دهند. این پژوهش درصدد است با بررسی نقش رسانه های نوین در دیپلماسی کشورها و امکانات و زمینه های رسانه های نوین در تحول آفرینی در عرصه معادلات جهانی، نقش این رسانه ها را در دگرگونی های اجتماعی, سیاسی اقتصادی بررسی کند.

ص: ۱۰

گروه آینده پژوهی و رسانه های نوین مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما از پژوهشگران ارجمند، جناب آقای دکتر عبدالله بیچرانلو و جناب آقای علی حاجی محمدی که این پژوهش را به سامان رسانده اند، سپاس گزاری می کند و امیدوار است ره آورد این اثر برای اصحاب رسانه و برنامه سازان ارجمند، سودمند باشد و مسئولان و مدیران رسانه ملی را در بررسی و رصد رسانه های رقیب، یاری کند.

اداره کل پژوهش

گروه آینده پژوهی و رسانه های نوین

ص: ۱۱

پیش گفتار

پیش گفتار

در دهههای گذشته، تغییر و تحولات فن آوریهای ارتباطی و اطلاعاتی با ظهور فضای مجازی و رسانههای جدید با ایجاد مدل های جدید تولید، مدیریت و توزیع اطلاعات، به شکل های نوینی از رسانهها انجامیده که فضا و محیط رسانهای جدیدی را شکل داده، تأثیرهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی گوناگونی بر جوامع، گذاشته است. به دلیل اینکه این فضای جدید، بسیاری از مفاهیم و مسائل را تغییر داده و تعریف های جدیدی از آنها ارائه کرده است، برای تشخیص و تبیین بهتر بسیاری از تغییرات و تحولات عرصههای مختلف در سطوح متعدد، سودمند است.

ارتباطات سیاسی و تحولات بینالمللی نیز به طور پیوسته با فن آوری معاصر تغییر پیدا میکنند و از آنجا که رشد و تحولات فن آورانه، رسانه های جدیدی را شکل میدهد، رابطه میان رسانه و تحولات بین المللی نیز در حال تغییر است. به واقع، تغییر فن آوری و رسانه بر مسائل بینالمللی و ارتباطات سیاسی در سطوح مختلف اثر میگذارد؛ به

ص: ۱۲

طوری که برخی پژوهشگران برآن اند که شرایط نوین رسانهای، دربردارنده تغییر پارادایمی در تغییر و تحولات بین المللی است.

در این شرایط، دولت ها نه تنها با چالشهای این فضای نوین رسانه ای مواجه اند، بلکه همواره می کوشند از آن برای اهداف سیاسی در سیاست داخلی و خارجی و روابط بینالملل بهره بگیرند. شرایط و رقابت در فضای رسانهای پیچیده جهانی موجب شده برخی کشورها برای تسلط بر افکار عمومی جهانی و تسهیل همکاری و تعریف مناسب از جایگاه خود و نحوه ارتباط با دیگران و در نتیجه، کسب وجهه و اعتبار بین المللی، سازوکارها و پروژه های مختلفی برای استفاده از توانمندی ها و قابلیت های جدید رسانه ای و مواجهه با چالش ها، تدوین و طراحی کنند.

در این کتاب در کنار بررسی پیشینه تحولات فضای مجازی، رویکردهای گوناگون به رسانههای نوین و تحول و تکامل رسانهها، به تأثیر فضای نوین رسانهای بر دیپلماسی، ارتباطات بین فرهنگی و جنبش های نوین اجتماعی با رویکرد بین رشتهای پرداخته ایم. مطالعه رابطه میان تحولات بین المللی و رسانههای جدید در فضای پیچیده جهانی، می تواند ابعاد و زوایای دیگری از نقش رسانه را در جوامع آشکار سازد. هدف این کتاب، ابتدا ترسیم و توضیح تصویری کلی از نقش و جایگاه رسانه های نوین در تحولات اجتماعی و فرهنگی بین المللی، به ویژه در زمینه موازنه قدرت و دیپلماسی عمومی کشورهاست که در دهه گذشته صورت گرفته، و نیز ارائه برخی پیشنهادها در زمینه استفاده و بهرهمندی از تجارب، مزیت و ظرفیت رسانهها و ابزارهایی با قابلیت دسترسی به مخاطبان جهانی و چالشها در این زمینه است.

ص: ۱۳

از مسئولان مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما برای فراهم کردن زمینه اجرای این تحقیق، به ویژه از گروه آینده پژوهشی؛ جناب آقایان اسفندیار، رضوانی و حاج احمدی و سرکار خانم برغمدی برای همراهی و یاری در مسیر اجرای تحقیق تشکر و قدردانی مینماییم.

عبدالله بیچرانلو، استادیار ارتباطات دانشگاه تهران

علی حاجی محمدی، دکتری ارتباطات دانشگاه تهران

ص: ۱۴

ص: ۱۵

فصل اول: کلیات تحقیق

اشاره

فصل اول: کلیات تحقیق

زیر فصل ها

مقدمه

تبیین موضوع

ص: ۱۶

ص: ۱۷

مقدمه

مقدمه

فن آوری در سه دهه اخیر، چهره جهان را بسیار دگرگون کرده و آثار شگفتانگیز آن ابعاد و جوانب گوناگون حیات بشر را تحت تأثیر قرار داده است. «تحولات سریع نه تنها در عرصه فن آوریها و دستگاهها و ابزارهایی که انسان برای خدمت به خود ابداع کرده مشهود است برای مثال، از انتقال سریع پیام ها و اطلاعات تا جابه جایی پرشتاب افراد و کالاها که در قلمرو دانشها و معرفتها نیز نظیر همین سیر پرشتاب به چشم میخورد. در سطح نظریهها و دیدگاهها و فرضیههایی که مستمراً در حوزههای گوناگون پیشنهاد میشوند و در کوتاه زمان جای خود را به نظریههایی جدیدتر میبخشند. آهنگ بیدرنگ تغییر را حتی در روشها و شیوهها و شگردهای ارائه و عرضه در عرصههای مختلف می توان مشاهده کرد مثلاً در شیوه طراحی کتاب ها یا صفحات روزنامهها و تنظیم مطالب در آنها (مقالات کوتاه در کادرهای مشخص) یا در روش نمایش فیلمها (پرشها و کاتهای مکرر و تصاویری که تنها چند ثانیه یا کمتر بر صفحه باقی میمانند) و حتی در نحوه سخن گفتن و مکالمه افراد. دگرگونی های همه جانبه که در تمام عرصه های زندگی انسان مدرن، آثار مثبت و منفی فراوانی به همراه داشته است. تغییرات سریع بدین معناست که هنجار ها، باور ها، رویه ها و احکامی که در

ص: ۱۸

گذشته اعتبار داشته اند و در تنظیم روابط اجتماعی و چگونگی تعامل میان انسان ها نقش ایفا می کرده اند، با چالش های بسیار جدی مواجه می شوند.»(۱) این تغییر و تحولات در عرصه فن آوریهای ارتباطی و رسانهای نیز رخ داده است و در این زمینه نیز شاهد تحولات شگرف سخت افزاری، به موازات انقلاب نرم افزاری و محتوایی بودهایم. اکنون هیچ عرصه حیات بشری، اعم از خصوصی و عمومی، ملی یا بین المللی را نمی توان سراغ گرفت که رسانه ها در آن ورود یا تأثیر نداشته باشند؛ حتی در عرصه دین داری و دین ورزی که بخش عمده ای از آن جنبه فردی و خصوصی دارد، یا چگونگی تعامل با همسر و فرزندان در درون منزل، که بسیار خصوصی به شمار می روند، به راحتی می توان در زندگی بیشتر انسان ها ردّ پای رسانه ها را جست که مردم که همان مخاطبان رسانه ها هستند، چگونه بر اساس انگاره های دریافتی از رسانه ها در زندگی خود می اندیشند و تصمیم گیری و رفتار می کنند.

در نگاهی کلان تر، همین وضعیت را در سطح بین المللی و جهانی شاهدیم و فن آوری های ارتباطات و اطلاعات با قابلیت های گسترده ای که در اختیار کشورها، دولت ها، احزاب و صاحبان رویکردهای فرهنگی، سیاسی و اقتصادی گوناگون قرار داده اند، میدان عمل گسترده و بسیار اثرگذاری برای این نقش آفرینان فراهم کرده اند. در اثر پیش رو، برآنیم با ژرف اندیشی در این موضوع، چشم اندازی از نقش آفرینی رسانه هایی مانند شبکه های تلویزیونی ماهواره ای، به ویژه شبکه های خبری ۲۴ ساعته بپردازیم که به نقش آفرینانی جدی در عرصه تحولات بین المللی تبدیل شده اند. به علاوه، با تأمل در تحولات شگرفی که در عرصه فضای

۱- علی پایا، فن آوری، فرهنگ و اخلاق، ص ۱۴.

ص: ۱۹

مجازی و ارتباطات سایبری رخ داده، این بستر ارتباطی را که مجرا و زمینه ساز شکل گیری انواع جدیدی از ارتباطات در جهان شده است، بررسی، و نقش و کارکرد آن را در تحولات اجتماعی، سیاسی و... در عرصه های فراملی تبیین خواهیم کرد.

تبیین موضوع

تبیین موضوع

امروزه تلویزیون با کمک فن آوری ماهواره با گذشتن از مرزهای ملی یک کشور، قادر به پخش و انتشار ارزش ها و عناصر فرهنگی یک جامعه در میان جوامع دیگر است. خاصیت فراملی تلویزیون های ماهواره ای سبب گشته تغییرات و تحولات ارزشی در بیشتر کشورهای جهان با شتاب فراوانی همراه شود. برای مثال، نتایج تحقیق اینگلهارت (۲۰۰۰) با عنوان «مطالعات ارزش های جهانی» که به بررسی ارزش ها و باورهای مردم تمام قاره های جهان پرداخته است (شصت کشور دربرگیرنده ۷۵ درصد جمعیت جهان) حاکی از دگرگونی های بزرگ در ارزش ها و سبک زندگی مردم جهان است که این دگرگونی ها از نقش فن آوری های نوین ارتباطات و اطلاعات و رسانه های فراملی سرچشمه می گیرد.

اگرچه بیشتر دیدگاه های صاحب نظران در خصوص نقش تلویزیون درباره بازنمایی و روایت گری خوش بینانه و مثبت نگر است، اما نباید نادیده انگاشت که تلویزیون، به ویژه تلویزیون های ماهواره ای فراملی با گذشتن از مرزهای ملی می توانند با ایفای نقش منفی، در جهت تضعیف، استحاله و کاهش احساس تعلق به ارزش های ملی حرکت کنند؛ تا جایی که برخی صاحب نظران همچون واکر کانر، الیزابت روبینسون، رابرت پارک، هربرت بلومر و مایکل بروان، رسانه ها را عامل تشدید بحران های

ص: ۲۰

ملی، یکسان سازی و همگون سازی(۱) فرهنگی، تحمیل و سلطه روابط نابرابر فرهنگی، تقویت واگرایی ملی و ایجادکننده شکاف ها و فاصله های نسلی و ملی می دانند.(۲) امروزه تلویزیون های ماهوارهای از فراگیرترین رسانهها در گستره بین المللی به شمار می آیند که محتوای گوناگونی برای مخاطبان ناهمگون در سراسر کره زمین پخش می کنند. شرکت ها و سازمان های تلویزیونی ملی و بین المللی با بهره گیری از امکانات و ظرفیت های ارتباطات ماهواره ای، به پیشبرد اهداف خبری، سرگرمی، تجاری، سیاسی و فرهنگی در دنیا مشغول هستند. «دگرگونی و تغییرات در زمینه دسترسی به فن آوری در کشورهای در حال توسعه، باعث افزایش انتشار فراملی برنامه های تلویزیونی، و همچنین عامل گسترش تقاضا برای برنامه سازی شده است. سیستم های گیرنده ماهواره ای بین المللی در انتشار برنامه های تلویزیونی از کشورهای توسعه یافته به کشورهای در حال توسعه بسیار بااهمیت هستند».(۳)

در واقع، تحت تأثیر تغییرات و رشد سریع ارتباطات و اطلاعات، به ویژه ظهور تلویزیون های ماهواره ای و اینترنت، امروزه مبادله صوت و تصویر و متون، ابعادی جهانی و فراملی یافته است و حتی بسیاری از برنامه های تلویزیونی افزون بر دریافت کننده های خانگی (دیش، آنتن و تلویزیون) از طریق تلفن همراه هم دریافت می شوند. به طور مشخص در

۱- Assimilation.

۲- منصور ساعی، «بازنمایی ابعاد سیاسی و تاریخی هویت ملی در تلویزیون جمهوری اسلامی ایران؛ تحلیل محتوای سریال های تاریخ درجه الف در سه دهه بعد از انقلاب اسلامی ایران»، دو فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش سیاست نظری، زمستان ۱۳۸۹، ش ۷، ص۱۱۵.

۳- دایان کرین، نوبر کاواشیما و کنجی کاوازاکی، فرهنگ جهانی؛ رسانه، هنر، سیاستگذاری و جهانی شدن، ص۲۹.

ص: ۲۱

خصوص شبکه های تلویزیونی ماهواره ای که ذیل صنعت تلویزیون باید به آنها توجه داشت، گفتنی است که این صنعت از اواسط دهه ۱۹۸۰، تحولات شگرفی را تجربه کرده که بر رشد و توسعه شبکههای تلویزیونی، به ویژه شبکههای خبری بینالمللی اثرگذار بوده است. «از طرف دیگر، پیشرفت ها در عرصه فن آوری اطلاعات نیز باعث بروز پدیده ها و تحولات جدیدی در فضای رسانه و ارتباطات رسانه ای شد. در پایان دهه ۱۹۹۰ میلادی دیدن برنامه های تلویزیون از طریق اینترنت امکان پذیر شد. شبکه های ماهواره ای نیز پخش جهانی را سرعت بخشیدند و کمبود کیفیت پخش اینترنتی را جبران کردند».(۱)

در حقیقت، برخی زمینه ها موجب تحول در صنعت تلویزیون و جهانی شدن آن شد و در نتیجه، به تدریج توسعه این گونه تلویزیونها را فراهم کرد:

(سقوط بلوک شرق و سوسیالیسم؛

(تحول همیشگی اقتصاد جهانی شده؛

(تحولات فن آورانه.

محتوای اصلی شبکههای بینالمللی را برنامههای سیاسی همچون خبر و تفسیر خبر تشکیل می دهد، ولی در عین حال بسط دیدگاههای طرفدار گسترش نرم خبر و به طور کلی، برنامههای ملایمی که مباحث زمخت سیاسی در لایههای زیرین آن قرار میگیرند، موجب شد به تدریج این دسته از برنامهها، بخش مهمی از جدول پخش شبکه های تلویزیونیِ متمرکز بر خبر و برنامههای سیاسی را تشکیل

۱- احمد میرعابدینی، پژوهشنامه رسانههای دیداری و شنیداری، ص۴۳.

ص: ۲۲

دهند. تلویزیون هایی مانند سی ان ان،(۱) بی بی سی،(۲) فاکسنیوز،(۳) فرانس۲۴،(۴) الجزیره، العربیه، یورونیوز،(۵) راشاتودی(۶) (روسیا الیوم)، سی سی تی وی(۷) و بسیاری شبکههای خبری دیگر، در زمره تلویزیون های بین المللی خبری به شمار می رونـد. بیشتر این تلویزیون ها که بر مخاطب بیرون از مرزهای کشور متبوع خود متمرکز هستند، کوشیده انـد با تأسیس شبکه های گوناگونی به زبانهای مهم بینالمللی، مانند انگلیسی و عربی یا به زبان مخاطبانی که در سیاست خارجی کشورشان از جایگاه مهمی برخوردارنـد (برای مثال، مخاطبان فارسی زبان برای انگلستان، یا مخاطبان ترکزبان برای امریکا) به نحو اثربخشی با این مخاطبان ارتباط برقرار کننـد و در جایگاه بازوانی برای نظام دیپلماسی کشور تأسیسکننده یا حامیان مالی این شبکه ها عمل نماینـد. همان گونه که کارین ویلکینز اشاره کرده است «گذشته از رابطه غیرمستقیم میان تصاویر رسانهای و سیاست خارجی که در افکار عمومی مطرح می شود، حلقههای ارتباط مستقیم بین تولید فرهنگ عامهپسند و سیاست خارجی به روشنی قابل مشاهده است. توبی میلر(۸) (۲۰۰۷) و دیگران، به روابط کاری تاریخی میان سیاستمداران واشنگتن و تولیدکنندگان هالیوود به عنوان «واشوود»(۹)

۱- CNN.

۲- BBC.

۳- Fox News.

۴- France ۲۴.

۵- Euro News.

۶- Russia Today.

۷- CCTV.

۸- Toby Miller.

۹- Washwood: ترکیبی از کلمه های واشنگتن و هالیوود است.

ص: ۲۳

اشاره میکنـد. برای مثال، کارکنان کاخ سـفید، با کارگردانان، بازیگران و نویسـندگان هالیوود دیدار داشـتند تا علایق یکسان را در زمینه ترویـج ارزش های ایـدئولوژیک مشترک در جهان پس از یازده سـپتامبر دریابنـد. لویس،(۱) ماکسول(۲) و میلر (۲۰۰۲) این رابطه را از منظر اتکای نسبی صـنعت فیلم به کمک دولت در اعطای یارانه به تولید و توزیع، شرح می دهند و معتقدند این وابستگی با هدف دولت برای راهاندازی تبلیغاتی اقناع کننده در میان افکار عمومی، سازگار است».(۳)

بسـیاری از کشورها و سازمانهای رسانهای، رسانههای گوناگونی را راهانـدازی کردهانـد تا از این طریق به افکار عمومی در سراسـر جهان دسترسـی پیدا کنند و همین موضوع، فضایی رقابتی میان رسانههای جهان پدیده آورده است. برخی از این رسانهها راهاندازی شدهاند تا با کلیشه های مربوط به یک فرهنگ مقابله کنند و برخی راهاندازی شدهاند تا تصویر صاحبانشان را بهبود بخشند. با این حـال، برخی دیگر نیز احسـاس کردهانـد از رسانههـا میتوان به عنوان ابزاری برای پیشـبرد ارزش هـا و سیاسـتهای خـارجی خود بهره گرفت.

از اوایل دهه ۱۹۹۰ تحولات فن آورانه، دگرگونی های اساسـی در فرآینـدهای کسب خبر، مونتاژ، پردازش و ارائه خبر در تلویزیون پدیـد آورد. تثبیت و تسـهیل شـرایط به کارگیری تکنیکهای ماهوارهای برای تلویزیونهای خبری این امکان را فراهم کرد تا در چند دقیقه، صدا و تصویر مربوط به یک حادثه در حال رخ دادن را از مکانهای دوردست

۱- Lewis.

۲- Maxwell.

۳- Karin G Wilkins, Home /Land/ Security: What We Learn about Arab Communities from Action- Adventure Films, Lexington Books, ۲۰۰۹, p. ۷.

ص: ۲۴

دریافت کنند. در روزگار گذشته پس از تصویربرداری گزارشها، دو روز برای دریافت آن انتظار کشیده میشد. همچنین تحولات فنی این امکان را فراهم کرد که فعالان رسانه ای جدیدی وارد کسب و کار توزیع تولیدات صوتی تصویری شوند و خدمات ارتباطات ماهواره ای را به دیگر تلویزیونهای خبری ارائه کنند و بر این اساس، اغلب ایستگاه های تلویزیونی وابسته یا مستقل، سلطه سنتی شبکههای موجود خبری را شکستند.

همچنین این فرصتهای خبری پیشرفتیافته، نقش فن آوری را در فرآیند گردآوری خبر افزایش داد؛ به گونه ای که شبکههای گوناگون خبری برای ارائه رویدادهای خبری پیش از رقبا و نخستین منبع بودن در پوشش رویدادها در نبرد با یکدیگر قرار گرفتند. توزیع سریع اخبار و اطلاعات ماهوارهای، تا حد زیادی انحصار بسیاری از شبکهها را در دسترسی به اطلاعات کاهش داد.(۱)

نمونه برجسته اثرگذاری شبکه های تلویزیونی ماهواره ای در معادلات سیاسی بین المللی، در تحولات منطقه خاورمیانه، به ویژه در جریان انقلاب های اخیر در کشورهای عربی خاورمیانه بروز کرده است. سه شبکه تلویزیونی خبری مهم که مخاطبان عربزبان، به ویژه مردمان خاورمیانه را هدف قرار دادهاند، عبارت اند از: شبکههای الجزیره (قطر)، العربیه (عربستان) و الحره (امریکا) که شبکه العالم ایران در گفتمانی متفاوت با آنها به رقابت می پردازد. هر یک از این شبکهها، سیاست های خارجی کشورهای خودشان را در قبال مسائل و تحولات گوناگون

۱- Roger Wallis, and Baran Stanley, The Khown World of Broaeast News, Routldge, ۱۹۹۰.

ص: ۲۵

بین المللی پی می گیرند. «سه شبکه الجزیره، العربیه و الحره به وسیله حامیان مالی مختلفی پشتیبانی میشوند که نقش سیاسی پررنگی در تحولات منطقه ایفا میکنند، حکومت عربستان سعودی برای محدود کردن هژمونی الجزیره در منطقه، شبکه العربیه را راهاندازی کرد و دولت امریکا نیز که از برخی فعالیتهای الجزیره ناراضی بود، شبکه الحره را راه انداخت».(۱)

تغییرات چشم گیر در صحنه رسانههای جهانی، تأثیر فراوانی بر نحوه فعالیت رسانههای عربی گذاشته است. برخی از دولت های عربی که با چالشهایی در خصوص حیات خود مواجه هستند، رسانه های وابسته به خود را راهاندازی کردهاند تا سیاستهای خود را تشریح کنند و با دیگر رسانههای منطقهای و بینالمللی به مقابله بپردازند. نگرانی درباره از دست دادن سهم بازار رسانههای عربی و نیز تأثیر رسانههای جهانی بر حوزه عمومی عربی، برخی رسانه های عربی را واداشته تا اقداماتی جدی برای پیشبرد برنامه هایشان انجام دهند.(۲)

در جریان انقلاب مردم مصر هنگامی که فشار بر رژیم حسنی مبارك شدت گرفت، مقامات این کشور امواج ماهواره ای شبکه الجزیره را مختل کردند و آن را واداشتند بیدرنگ فرکانسهای خود را تغییر دهد. شبکه به پخش گزارشهای پرشور خود ادامه داد و نیروهای امنیتی مصر را برانگیخت تا آن را به تحریك مردم متهم و خبرنگارانش را محدود کنند. این حاصل عملکرد شبکه الجزیره بود که با اوج گرفتن انقلاب مردم

۱- El Mustapha Lahlali, Contemporary Arab Broaddcast Media, Edinburgh University Press, ۲۰۱۱.

۲- همان، ص ۶.

ص: ۲۶

مصر بر ضد رژیم مبارک، به طور شبانه روزی و به صورت زنده به پوشش میدان التحریر قاهره، مهم ترین محل تظاهرات و تجمعات انقلابیون مصر پرداخت. در خیابانهای قاهره، جوانان مصری نام شبکه الجزیره را به وسیله محفظههای دستی رنگ افشان روی دیوارها با حروف درشت می نوشتند و روزنامه نگاران الجزیره، که بسیاری از آنان مصری بودند، به قهرمانان انقلابی مبدل شدند. مجریان برنامههای عربی زبان الجزیره، انقلابیان لیبیایی را که در جنگ با طرفداران و ارتش قذافی کشته شدند، «شهید» نامیدند و بر نیروهای وفادار به معمر قذافی، زمامدار لیبی برچسب «مزدور» زدند.

هنگامی که انقلاب های خاورمیانه از کشوری به کشور دیگر سرایت کرد و به کشورهای همسایه قطر رسید، موقعیت برای دولت قطر دشوارتر شد و بر اساس گفته منتقدان، استقلال شبکه الجزیره مخدوش گردید. هنگامی که تظاهرکنندگان به خیابانهای بحرین و عربستان سعودی ریختند؛ یعنی متحدان نزدیک امیرنشین قطر، به گونه چشم گیری از تعداد و حجم گزارشهای این شبکه در قبال این تحولات کاسته شد و حتی در اغلب اوقات، الجزیره به طور کامل تحولات بحرین و عربستان را نادیده گرفت. در واقع، رویدادهای جزیره کوچک بحرین، شریک راهبردی قطر، معضل شبکه عربی زبان الجزیره را در تهیه و پخش گزارش درباره قیامهای مردم منطقه به بهترین صورت نشان داد؛ چرا که شبکه عربی زبان الجزیره از دادن گزارش درباره انقلاب مردم عمدتاً شیعه بحرین برای خاتمه یافتن نظام پادشاهی بحرین قصور ورزید و از پخش تظاهرات عظیم مردم بحرین که مداخله نظامی عربستان سعودی را هم در پی داشت، خودداری کرد.

ص: ۲۷

در مقابل، تمرکز شبکه های العالم و المنار بر تحولات بحرین و پخش تظاهرات مردم انقلابی این کشور، خشم پادشاهی بحرین را برانگیخت. همین تقابل را در جریان تحولات سوریه نیز شاهد بوده ایم؛ یعنی نوعی تقابل رسانه ای میان رسانه هایی همچون العالم، المنار و پرس تی وی، با عمده شبکه های عربی و غربی در قبال چگونگی پوشش تحولات سوریه صورت گرفته است.

شبکه های تلویزیونی ماهواره ای به تدریج از فضای سایبر نیز برای ارتباطات رسانه ای خود بهره گسترده ای گرفته اند و اکنون افزون بر برخورداری از وب سایت هایی بسیار پویا، حضور چشم گیری در شبکه های اجتماعی دارند و از محتوای عرضه شده در شبکه های اجتماعی نیز به نحو چشم گیری استفاده می کنند. همچنین شبکه های تلویزیونی ماهواره ای به دلیل فعالیت فرامرزی، توانسته اند از بستر فضای مجازی برای ارتباط گیری با خبرنگاران و نیز مخاطبان خود در داخل کشورهای مختلف و نیز توسعه خبرنگار شهروندی بهره گسترده ای بگیرند.

در بسیاری از تحولات و جریان های بین المللی و جهانی، علاوه بر فضای شبکه های تلویزیونی ماهوارهای، از فضای مجازی نیز به عنوان بستر ارتباطی بسیار اثرگذاری استفاده کرده اند. برای نمونه، شبکه های اجتماعی مجازی، زمینه ها و بسترهایی ارتباطی را برای انقلاب های رنگی در کشورهای گوناگون و نیز انقلاب های روی داده در کشورهای عربی خاورمیانه فراهم کرد. در بسیاری از کشورهای عربی خاورمیانه، جوانان در «توییتر» و «فیس بوک»، اعتقاد خود را به اسلام همراه با اعتقاد به دموکراسی اقرار می کنند و پیوسته آیاتی از قرآن را که به ناعدالتی، ظلم و صبر اشاره دارد، در سایت های خود قرار

ص: ۲۸

می دهند. این گونه پدیده ها، نمونه هایی از کارکردهای رسانه ها در تحولات مهم بین المللی است.

در طول دو دهه اخیر، به موضوع کارکردهای گوناگون اینترنت از ابعاد مختلف توجه کرده اند. از جمله، رشد چشم گیر اینترنت از اواسط دهه ۱۹۹۰ بحث درباره پی آمد احتمالی این رسانه جدید را در فرآیندهای سیاسی در اولویت برنامه های پژوهشی قرار داده است. پژوهشگرانی همچون جانسون و کای (۲۰۰۰)، بیمبر (۱۹۹۸)، بارنت (۱۹۹۷)، کاستلز (۱۹۹۷)، هیگ و لودر (۱۹۹۹)، لکس (۲۰۰۰) و نوریس (۲۰۰۱) به این موضوع پرداخته اند. بیشتر صاحب نظران «دموکراسی دیجیتال» به تکاملی بودن تأثیر اینترنت در حوزه سیاست اذعان دارند. آنها معتقد نیستند که اینترنت، تغییری بنیادین (چه مثبت یا منفی) در زمینه دموکراسی پدید می آورد. در حالی که فعالان حوزه سیاست و افراد خارج از دایره سیاست می توانند از این فن آوری های نوین اطلاعات و ارتباطات (آی سی تی ها) استفاده کنند، موازنه قدرت و ساختارهای سیاسی موجود تحت تأثیر این ارتباطات تغییر نمی کنند. پژوهش ها نشان می دهد افرادی که در فضای وب، فعالیت سیاسی انجام می دهند، از پیش در حوزه سیاست به عنوان افرادی خرده پا عمل می کنند.(۱) با این حال، مشارکت در سیاست از طریق استفاده از فن آوری های اطلاعات و ارتباطات تسهیل شده و با توسعه این فن آوری ها، فعالیت سیاسی سریع تر، آسان تر و عمومی تر گردیده است. فن آوری های اطلاعات و

۱- Johnson, T. J., Kaye, B. K. Using is Believing: The Influence of Reliance on the Credibility of Online Political Information Among Politically Interested Internet Users. Journalism Mass Communication Quarterly, ۷۷(۴) ۸۶۵- ۸۷۹, ۲۰۰۰. Norris, P, Democratic phoenix: Reinventing political activism, Cambridge, UK: Cambridge UniversityPress, ۲۰۰۲.

ص: ۲۹

ارتباطات، هزینه ها و موانع سازمان دهی اقدام جمعی را بسیار کاهش داده اند. بیمبر (۱۹۹۸) معتقد است این موضوع مزیت های ویژه ای برای آن دسته از گروه هایی دارد که خارج از مرزهای نهادهای عمومی سنتی یا سازمان های سیاسی قرار دارند.(۱)

در زمینه تحولات فرهنگی که در جهان در حال رخ دادن است و نقشی که رسانه ها در این زمینه ایفا می کنند نیز روندهای قابل تأملی در حال وقوع است؛ روندهایی که به نحوی در تقابل با یکدیگر عمل می کنند. «از یک طرف، شرکت های بین المللی رسانه ای بر انواع فرهنگ جهانی نفوذ و کنترل دارند. در طرف مقابل، شاهد افزایش اهمیت مناطق به مثابه تولیدکنندگان و بازارهای محصولات رسانه ای منطقه ای هستیم که این امر، مدل شبکه ای جهانی شدن فرهنگی را تأیید می کند؛ به این معنا که مناطق کمتر توسعه یافته با نواحی دوردست پیوند می خورند. همچنین شمار تولیدکنندگان محتواهای رسانه ای و شمار توزیع کنندگان به تدریج در حال افزایش است که این امر به متنوع سازی فرهنگ جهانی کمک می کند و تأثیر فرهنگ جهانی غربی از طریق توسعه فرهنگ های منطقه ای در درون فرهنگ های جهانی جبران و تعدیل می شود.»(۲) بی گمان بخش عمده ای از روندهای یادشده به دلیل تحولات رخ داده در فضای فن آوری اطلاعات و ارتباطات است. با توجه به شرایط کنونی، در مجموع باید اذعان داشت جهان کنونی در مسیر جهانی شدن و ساختن یک فرهنگ جهانی پیش می رود و بخش زیادی از این فرآیند با

۱- Peter Van Aelst, and Stefaan Walgrave, in Cyberprotest New Media, Citizens and Social Movement, Wim van de Donk, Brian D.Loader, Paul G.Nixon Dieter Rucht (eds), Routledge, ۲۰۰۴, p ۸۴.

۲- فرهنگ جهانی؛ رسانه، هنر، سیاست گذاری و جهانی شدن، ص ۳۲.

ص: ۳۰

بهره گیری روزافزون از فن آوری های اطلاعات و ارتباطات در حال انجام است.

به واقع، فن آوری های ارتباطی در هر دوره، ویژگی و شرایط خاص خود را عرضه می کنند؛ به این معنا که هر چه به دوره جدید و وسایل ارتباطی جدید مانند ماهواره و اینترنت نزدیک تر شده ایم، با توجه به فن آوری های به کاررفته در آنها، ویژگی ها و شرایط جدیدی پیش روی انسان ها قرار گرفته است. این ویژگی ها عبارت اند از:

(جذاب و اثربخش؛

(متأثر از صنعت تفریحات (مقتضیات بازار)، صنعتی شدن فرهنگ؛

(ظرفیت بالای نگهداری و انتقال متن، عکس، صوت و تصویر؛

(جمع زدایی؛

(ناهم زمانی، عدم پایبندی به زمان.(۱)

اکنون این تحولات و شرایط یادشده در عرصه ارتباطات رسانه های نوین که در طلیعه ظهور وب ۳ بروز کرده اند، آثار اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و حتی اقتصادی گسترده ای در جهان داشته است که به تأمل و تعمق درخور نیازمندند.

از آنجا که سازمان صدا و سیما مهم ترین سازمان رسانهای کشور است و تولیدات رسانهای صدا و سیما بر جامعه ایران بسیار اثرگذارند، رویکرد این سازمان به عنوان سازمانی رسانهای در قبال تحولات رسانه ای باید همراه با توجه به آثار و تبعات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و حتی اقتصادی رسانه های دیگر، به ویژه رسانه های نوین باشد که به

۱- علی اصغر محکی، «فن آوری های نوین ارتباطی و امنیت اخلاقی مطالعات امنیت ملی»، فصلنامه علمی کاربردی معاونت اجتماعی ناجا، ۱۳۸۲، پیش شماره ۲، ص۴۴.

ص: ۳۱

دلیل تازگی ها و نوآوری های موجود در آنها برای نسل های جدید، جذابیت های ویژه ای پدید آورده و عمده کاربران و بهره گیران از این رسانه ها نوجوانان و جوانان به شمار می روند. در غیر این صورت، با از دست دادن مخاطبان، از ایفای رسالت خود که با اثرگذاری بر مخاطب حاصل میشود، بازمی ماند. در صورت عدم شناخت کافی و دقیق محیط رسانهای که این رسانه در آن فعالیت میکند و ناآگاهی از نقاط قوّت و ضعف رقبا و راهبردهایی که آنها در جذب مخاطب دنبال میکنند، صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران با افت مخاطب مواجه می شود و در بلندمدت با مسائلی جدی در جذب مخاطب روبه رو خواهد بود. به علاوه، باید توجه داشت که صدا و سیما به عنوان زبان و چهره انقلاب اسلامی، در صورتی که بر کارکردهای سیاسی رسانه های نوین در تحولات بین المللی توجه نداشته باشد، به نوعی در ایفای رسالت خود در قبال بسیاری از تحولات نوین بازمی ماند. برای مثال، بی توجهی به رقابت جدّی پدید آمده در فضای شبکه های تلویزیونی ماهواره ای، به ویژه در منطقه خاورمیانه و با ظهور شبکه های تلویزیونی مانند الجزیره، العربیه و الحره، به نحوی از سرعت شکل گیری گفتمان انقلاب اسلامی در فضای بیداری اسلامیِ پدید آمده در کشورهای عربی خاورمیانه می کاهد. از سوی دیگر، از دهه ۱۹۹۰ به تدریج شبکه های خبری ماهواره ای گوناگونی در عرصه بین المللی ظهور کرده اند که بر افکار عمومی جهان بسیار اثرگذار بوده اند و در طول دو دهه گذشته، مردم جهان از دریچه دوربینهای این شبکه های تلویزیونی مانند سی ان ان و بی بی سی به جهان نگریسته اند.

در حقیقت، در این زمینه آگاهی اجمالی وجود دارد، ولی هرگونه

ص: ۳۲

تصمیم گیری و سیاست گذاری رسانه ای، نیازمند شناخت تفصیلی و دقیق از این موضوع است. شناخت دقیق ساز و کارهای نقش آفرینی رسانه های نوین در عرصه های گوناگون فکری، فرهنگی و سیاسی در جهان و تحولات بینالمللی و ظرفیتها و چالشهای آنها، موجب می شود فرصتها و تهدیدهای این رسانه ها برای گفتمان انقلاب اسلامی نیز شناسایی شوند و به سیاست گذاری رسانه ای، به ویژه در صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در قبال آنها بینجامند.

ص: ۳۳

فصل دوم: پیشینه تحقیق

اشاره

فصل دوم: پیشینه تحقیق

زیر فصل ها

مقدمه

آثار و تحقیقات داخلی

مطالعات خارجی

ص: ۳۴

ص: ۳۵

مقدمه

مقدمه

واکاوی مطالعات درباره رسانههای جدیـد و تحولات بینالمللی نشان می دهد در این زمینه، تحقیقات اندکی در ایران صورت گرفته است. هر چند تحقیقات انجام شده، مسائل مهمی را مطرح کردهاند، ولی نتوانسـتهاند چشمانداز کامل و گسترده ای از نقش آفرینی رسانههـای نوین و تحولاـت بینـالمللی نشـان دهنـد. البته منظور از عبارت یادشـده این نیست که صـرفاً با انجام شـدن تحقیق حاضـر، مطالعه درباره این موضوع مهم به میزان مطلوب و کفایت کننـده خواهـد رسـید، بلکه غرض این است که این موضوع نیازمند تتبع و مطالعه بسیار زیادی از زوایای گوناگون است و بررسی پیش رو نیز قدمی در این زمینه خواهد بود و ادعای بیشتری وجود ندارد. در ادامه، برخی تحقیقات اخیر داخلی و خارجی را در خصوص موضوع مطالعه معرفی می کنیم.

آثار و تحقیقات داخلی

آثار و تحقیقات داخلی

برخی از آثـار و مطالعـات ترجمه و منتشـرشده در ایران در خصوص کارکردهـا و نقش فن آوری هـای ارتبـاطی و نیز سـیاست های کشورهای گوناگون که در بهره گیری از این فن آوری پیشرو بوده اند، به تفصیل به این موضوع پرداخته اند؛ از جمله:

ص: ۳۶

کتاب ارتباطات فراملی و جهان سوم، ویراسته جرالد ساسمن و جان. ای. لنت، ترجمه طاهره ژیان احمدی، مجموعه ای از مقالات است که نویسندگانی از کشورهای گوناگون، به ویژه کشورهای در حال توسعه مانند برزیل آنها را نگاشته اند. همگی این مقالات با دیدگاهی انتقادی آغاز می شوند. در این مقاله ها، فن آوری ارتباطات و انتقال رسانه های گروهی به جهان سوم در یک چارچوب مفهومی تحلیل شده که این چارچوب، نیروهای تاریخی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را مد نظر دارد. به باور ویراستاران این مجموعه، امروزه (اوایل دهه ۱۹۸۰) در مقایسه با دهه ۱۹۵۰ شاید مداخله مستقیم ابرقدرتها، از جنبه های خاصی برای کشورهای جهان سوم آن قدرها وحشت آور نباشد، ولی از دیدگاه مردم، در این عصر فراملّی گرایی، خصوصی سازی و عقلایی کردن همه جانبه بازار به منظور کالایی کردن تقریباً همه ابعاد زندگی روزمره، ضرورت تحلیل فن آوری ارتباطات و رسانه های جمعی، اهمیت خود را از دست نداده است.

افزایش امکانات در زمینه تمرکز بازار برای کسانی که قادر به بهره گیری از امکانات پردامنه فن آوریهای ارتباطاتی جدید هستند یعنی شرکتهای فراملی پیدایش رشته های فرعی «اقتصاد اطلاعات» را تشویق کرده است. به نظر اقتصاددانان «نو محافظه کار» علاقه مند به ارتباطات بین المللی، اقتصاد اطلاعات، «مزایای نسبی» شرکتهای فراملی را در مقابل کشورهای جهان سوم، از نظر کنترل ارتباطات و فن آوری های اطلاعاتی، به عنوان «کارآمدترین» وسیله توسعه عوامل تولید، در جهانی با «وابستگیهای متقابل» توجیه می کند.(۱)

۱- ساسمن، جرالد و جان. ای لنت، ارتباطات فراملی و جهان سوم، ۱۳۸۷.

ص: ۳۷

مولانـا در کتاب جریان بین المللی اطلاعات همراه با تبیین سـیری از تحولات فن آوری اطلاعات و نیز دانش مربوط به این حوزه در دوره قبـل و پس از جنـگ جهـانی دوم، به تلاـش هـای کشورهـای در حـال توسـعه از طریق سازمان هایی ماننـد سازمان ملل متحد (کمیسـیون امور اطلاعـاتی) و یونسـکو برای ایجـاد دگرگونی در رونـد یک سویه جریان بین المللی از سوی کشورهای قدرتمنـدتر مانند امریکا به سوی کشورهای به اصطلاح موسوم به جهان سوم پرداخته و این گونه ابراز عقیده کرده است:

بـا تغییراتی که در سـیاست های اقتصادی و تجارتی و ارتباطی دنیا و مخصوصاً دُوَل صـنعتی به وجود آمـده، همراه با گسترش بیشتر فن آوری ارتباطات، نظام جهانی ارتباطات و اطلاعات که اکنون بر دنیا حاکم است، وارد مرحله جدیـدی شـده است. در واقع، نظام کهنه، جـای خود را به نظـام جدیـد داده است، ولی این نظـام نوین، نظـامی نیست که جهـان سوم خواسـتار آن بود. بر عکس، نظـام جدیـد ارتباطی و اطلاعاتی جهانی که در حال نمو است، یک نظام جهانی است که در آن ممالک غربی، از جمله ژاپن نقش مهمی دارنـد و آن را رهبری می کنند و این خود متأسـفانه باعث بسـی اختلاف بین ممالک دنیای سوم شده است. نظام جدید اطلاعاتی و ارتبـاطی که اکنون مشاهـده می کنیم، جنبه اقتصـادی و تجـارتی عمیقی پیـدا کرده است؛ زیرا فن آوری اطلاعات و ارتباطات، خود یـک متـاع و کالاـی مهم تجـارتی شـده است که هم همکـاری و هم رقابت کشورهای غربی را دامن می زنـد. کسـر بودجه امریکا، اولویت اقتصادی ژاپن و آلمان در اقتصاد بین المللی، حمل ونقل، فن آوری ارتباطات و مخابرات از

ص: ۳۸

غرب به بلوک شرق و بین خود غربی ها، همه اینها مسائل جدید حقوقی و اقتصادی را پیش آورده است که در دگرگونی اقتصاد دنیا و سازمان های مسئول بین المللی مربوط به ارتباطات و اقتصاد تأثیر مهمی بر جای می گذارد. به طور خلاصه، نظام جدید حاکم، نظام جهانی کشورهای صنعتی غرب است، نه کشورهای در حال رشد و توسعه. از این جهت، مسئله ارتباطات وارد یک مرحله جدید بین المللی شده است که در دهه آینده(۱) با شدت بیشتری دنبال شده و درباره آن بحث خواهد شد.(۲)

مولانا در کتاب ارتباطات جهانی در حال گذار در کنار مروری تفصیلی بر تاریخ ارتباطات بین المللی در قرن بیستم، به ویژه پروژه ها و جریان های علمی، دانشگاهی و پژوهشیِ اثرگذار در زمینه ارتباطات بین المللی در غرب و نیز تبیین جایگاه، تأثیرات و نقش فن آوری رسانه ای در جوامع سنتی مانند ایران و جوامع سکولار، سرانجام به این نتیجه می رسد که «گسترش سریع ارتباطات بین المللی به خودی خود، ابداً دست یابی به تفاهم بین المللی بیشتر را تضمین نمی کند. اکنون شاید حتی بیشتر از قبل نیاز به بحث و جدلی میان سطوح در قبال ارتقا و افزایش جست وجو برای ارتباط انسانی یا «نرم افزار» وجود دارد که به وسیله سطوح پیشرفته فن آوری های ارتباطات یا «سخت افزار» با همه اشکال بی شمارش، امکان پذیر شده است. فن آوری های ارتباطی مدرن، افزایش تفاهم بین المللی را تضمین نمی کند؛ اما چنانچه به شکل مؤثری

۱- این نوشتار در سال ۱۳۶۹ نوشته شده است.

۲- حمید مولانا، جریان بین المللی اطلاعات؛ گزارش و تحلیل جهانی، ص ۸.

ص: ۳۹

از آنها استفاده شود، می تواننـد امکان بیشتری برای آن فراهم آورنـد. هر چه بیشتر دامنه جهانی رسانه ها و ارتباطات به عنوان یک کـل مورد توجه قرار گیرد، احتمالاًـ بیشتر به استقرار آنچه که می توان چـارچوب اخلاقی جهانی نامیـد، توجه می شود. از این پس ارتباطات، تنها در سطوح میان فردی، محلی و ملی عمل نمی کند؛ به شکلی اجتناب ناپذیر، ارتباطات از مرزهای ملی درمی گذرد و فعالیت های کشورهای دیگر را تحت پوشش قرار می دهـد و بر طرح های فرهنگی مختلف و جدیـد پرتوافکنی می کند. به علاوه، ارتباطات، محیط نمادین بین المللی و جهانی ای فراهم می سازد که رفتار سیاسـی و اقتصادی بین المللی بایـد در چارچوب آن روی دهد و هدایت شود».(۱)

هر سه اثر یادشده گرچه در دوره انتشارشان، افق ها و چشم اندازهای بسیار عمیق و گسترده ای برای مخاطبان خود گشودند، ولی به دلیـل اینکه در طلیعه ظهور رسـانه هـای نوین به بحث از رسـانه هـا و ارتباطـات رسانه ای و ارتباطات بین المللی پرداخته بودنـد، بی گمـان بر بسـیاری از پی آمـدها و آثار رسانه های نوین در عرصه بین الملل و جهانی ناظر نبودنـد. برای مثال، در آن دوره، بحث از شبکه هـای اجتمـاعی دیجیتـال و نقش آفرینی آنهـا در این زمینه مطرح نبود یا بسـیاری از کشورهای در حال توسـعه همچون ایران، اقـدام به تأسـیس شـبکه های تلویزیونی ماهواره ایماننـد العالم و پرس تی وی برای نقش آفرینی در این عرصه نکرده بودنـد. ازاین رو، بسیاری از دیدگاه ها همچنان تمرکز زیادی بر جریان یک سویه اطلاعات از طرف شمال به جنوب یا غرب به شرق دارد. منظور از این بحث، این نیست که جریان یادشده به طور کلی تغییر ماهیت داده، ولی شکل و

۱- همان، ص ۹۳.

ص: ۴۰

کیفیتی را که در گذشته داشت از دست داده است. قطع شدن شبکه های تلویزیونی برون مرزی تلویزیونی ایران، نشانه ای از میزانی از اثرگذاری و نقش آفرینی آنها در این عرصه از ارتباطات بین المللی است که گفتمان مقابل خود را به چالش کشیده و آن را به چنین برخوردی واداشته است.

با توجه به ملاحظه یادشده، می توان کتاب مرزهای نو در ارتباطات بین الملل، ویراسته مهدی سمتی و ترجمه حسن بشیر و همکاران را تا حد اندکی در جبران خلأ و نقیصه یادشده مؤثر دانست؛ چون همان گونه که خود سمتی اظهار می دارد «ارتباطات بین الملل، یک حوزه وسیع مطالعاتی است که هنوز نه تنها نتوانسته است به نظریات مشخصی دست یابد، بلکه حتی فراتر از آن، شناسایی دقیق موضوع های مرتبط با آن نیز به علت گستردگی فراوان با مشکلات جدی روبه روست. این مسئله نه تنها از اهمیت این حوزه مطالعاتی نمی کاهد، بلکه آن را به مثابه یکی از مهم ترین حوزه های مطالعاتی که نیازمند پژوهش ها و بررسی های بسیار زیادتر و عمیقتر است، مطرح می سازد».(۱)

مهم ترین فصل این کتاب که ارتباط وثیق تری با مطالعه پیش رو دارد، فصل یازدهم با عنوان «سلول ها و شبکه های اطلاعاتی و امنیت دولتی: سازمان های سیاسی بین المللی و کنترل و نظارت بر اینترنت» است. «در این فصل، هایدی ماری براش، به فن آوری های الکترونیکی اشاره کرده و محدودیت هایش را در گفتمان وضعیت امنیت نشان می دهد. او به وضوح، سختی ها و مشکلات نظارت و کنترل بر موجودی چون اینترنت را نشان می دهد. چنین شبکه غیرمتمرکزی که گستره بسیاری یافته است، همانند راهبرد دفاعی جنگ سرد، ادراک و احساس را در یک جهان دو

۱- مهدی سمتی، مرزهای نو در ارتباطات بین الملل، ص ۱۵.

ص: ۴۱

قطبی شکل می دهد. این ساختار متشابه، مانند ساز و کاری است که امکان نفوذ و مقاومت را به ابزاری قدرتمند برای کسانی بدل می کند که آرزوی فرار از سلسله مراتب ها، مرزها و کنترل ملی و بین المللی را دارند. براش، ضد شبکه را به عنوان یک نهاد سلسله مراتبی در برابر اینترنت مطرح می کند و جنگ شبکه ای و یا عوامل غیردولتی و غیرنظامی را در جایگاه عوامل ویژه ای می بیند که در مقابل جنگ سایبر، یعنی فن آوری های سلسله مراتبی نظامی در استفاده از اطلاعات قرار می گیرند».(۱)

کتاب عصر اطلاعات نوشته مانوئل کاستلز است که تدوین نهایی آن در دهه ۱۹۹۰ بوده، ولی در واقع او از ۱۹۷۹ به آن اشتغال ذهنی داشته است. کاستلز انقلاب اطلاعاتی تکنولوژیک را ستون فقرات دیگر تحولات ساختاری می داند. از دیدگاه وی، به دلیل تأثیرات همسوی بحران نظام سیاسی سنتی و گسترش به شدت فزاینده رسانه های جدید، اطلاعات سیاسی اساساً در حوزه رسانه ها فراچنگ می آید، بیرون از دنیای رسانه ها رخ می دهد و توسط خود رسانه ها تعیین نمی شود، بلکه فرآیندی سیاسی و اجتماعی باز و بدون قطعیتی در جریان است؛ اما منطق و سازمان رسانه های الکترونیک، چارچوب ها و ساختارهای سیاست را پدید می آورد. تا هنگامی که رسانه ها نسبتاً از قدرت سیاسی مستقل باشند، کنشگران سیاسی مجبورند با قواعد، فن آوری و منافع رسانه ها کنار بیایند. رسانه ها چارچوب سیاست هستند. به باور او، انقلاب فن آوری اطلاعات و بازسازی ساختار سرمایه داری، شکل تازه ای از جامعه، یعنی جامعه

۱- همان، ص ۲۱.

ص: ۴۲

شبکه ای را پایه گذاری کرده است. وجه بارز این جامعه، جهان شمول شدن فعالیت های اقتصادی است که اهمیت راهبُردی قاطعی دارند. او بر این باور است که همان گونه که دولت سالاری صنعتی در قرن بیستم، جهان را زیرورو کرد، این سازمان اجتماعی نوین نیز نهادهای اجتماعی را به لرزه درمی آورد، فرهنگ را دگرگون می کند، ثروت می آفریند و فقر را نیز به دنبال می آورد. حرص و آز و نوآوری و امید برمی انگیزد، ولی مرارت ها و سختی ها و ناامیدی هم دارد.

هسته بحث کاستلز این است که توسعه شبکه های فن آوری اطلاعات در سراسر جهان، اهمیت جریان های اطلاعاتی را برای سازمان دهی اجتماعی و اقتصادی افزایش و در عین حال اهمیت نقاط خاص جغرافیایی را کاهش می دهد. در نتیجه در اقتصاد اطلاعاتی، نگرانی عمده سازمان ها مدیریت و چگونگی پاسخ گویی به جریان های اطلاعات است. بنابراین، ایجاد شبکه های اطلاعاتی، موجب تمرکززدایی از بسیاری از جنبه های سازمان دهی اجتماعی و اقتصادی همراه با تمرکز در تصمیم گیری می شود. کاستلز بر این باور است که تهیه کنندگان اطلاعات که یک طبقه نوین حرفه ای مدیریتی را شکل می دهند، از نظر تعداد اندک اند، ولی از نظر فرهنگی در موضع مسلطی قرار دارند. آنها به اصطلاح او یک طبقه اجتماعی برتری خواه هستند که شاید ضرورتاً بر یک کشور حکومت نمی کنند، ولی اساس جامعه مدنی را شکل می دهند. افراد جامعه بر حسب دسترسی به اطلاعات، به دو دسته غنی اطلاعاتی و فقیر اطلاعاتی در شهر جهانی تقسیم بندی می شوند.

عاملی در کتاب استعمار مجازی امریکا (۱۳۸۹) به بررسی، توصیف و تحلیل شیوه های جدید نفوذ و سلطه امریکا از طریق ابزارهای نوین

ص: ۴۳

ارتباطی و فضای مجازی پرداخته است. او در مقدمه به دو فضایی شدن قدرت و قدرت نرم در فضای مجازی می پردازد و طی آن مفهوم قدرت، قدرت نرم و قدرت سخت، قدرت نرم و فضای مجازی، راهبرد و ابزار این قدرت و اعمال قدرت نرم از طریق امپراتوری های مجازی را بررسی می کند. او با تأکید بر اینکه استعمار، دوره های متفاوتی را پشت سر گذاشته است، بر این موضوع صحه می گذارد که در دوره استعمار نو، فرهنگ و اندیشه ملت ها را استعمار کردند و با روشهای مختلف برای عقب نگه داشتن کشورها از طریق سیاست های اقتصادی و فرهنگی کوشیدند. در دوره استعمار مجازی، امریکا قله دار فضای سلطه و استعمار بوده است. از آنجا که هدف استعمار در درجه نخست، مسخ فکری فرد و جامعه مستعمره بوده است، در استعمار مجازی که از ساز و کارهای قدرت نرم استفاده میشود، هدف اصلی از بین بردن استقلال رأی کاربران فضای مجازی و عضویت آنها در جامعه فرهنگی امریکاست. از فضای مجازی به عنوان محیطی برای استعمار و کاهش استقلال رأی کاربران و عضویت دادن آنها در فرهنگ امریکایی، استفاده ابزاری صورت گرفته است. از دیدگاه نویسنده،

، ام اس ان،

، فیس بوک، توییتر، ویکی پدیا، یوتیوب و همچنین آی ام دی بی، از جمله هشت امپراتوری مجازی مورد مطالعه هستند که هر یک به تنهایی قدرت نرم قابل توجهی برای گردانندگان آن و کشور امریکا پدید آورده است. این ساز و کارهای مجازی همه در یک سطح نیستند و حوزه کار و مأموریت متفاوت و گاه مشترک دارند.

هدف این کتاب، نشان دادن قدرت شکلدهی این امپراتوری ها به فضای غالب سیاسی، فرهنگی و اقتصادی فضای مجازی است. هشت

ص: ۴۴

امپراتوری پیش گفته، همگی امریکایی هستند و به طور طبیعی تفکر غالب این کشور را دنبال میکنند. همچنین عاملی در انتهای مباحث خود نتیجه گیری می کند که فرهنگ تبلیغ شده در این امپراتوری ها، در برخی حوزه ها در تباین و در برخی دیگر در تضاد با دین و فرهنگ کشورهایی همچون ایران است.

کتاب بری اکسفورد و ریچارد هاگینز (۱۳۸۷) با عنوان رسانه های جدید و سیاست، رسانههای جدید را در پیوند با سیاست بررسی می کند و پی آمدهای سیاسی آن را برای فرهنگ و اجتماع مدنظر دارد. مسائلی همچون تأثیر رسانه در پذیرش الگوهای خاصی از دموکراسی، فضای عمومی، هویت و شهروندی، مباحث کانونی این کتاب را تشکیل می دهند. این مباحث در ارتباط تنگاتنگ با مسائلی چون نحوه زمامداری و کارکرد احزاب سیاسی پیش می روند. کتاب در کنار وجوه مثبت خود، بر این نکته تأکید دارد که «سبک منحصر به فرد رسانه ای شده» از زندگی را باید به چالش کشید. در واقع، این کتاب در تداوم بحث قدیمی رابطه میان رسانه ها و دموکراسی است و با تأکید بر نوآوری های اخیر فن آورانه، بُعد جدیدی را به روی این مسئله باز می کند. به گفته آکسفورد و هاگینز، سمت و سوی کتاب، تعیین بی درنگ قلمروهایی است که نشان می دهد چگونه در برخی عرصه های مهم، این دو حوزه، فصل مشترک می یابند و در چه حوزه هایی، تکنولوژی های نوین ارتباطی مربوط به انتقال، ذخیره سازی و دریافت ممکن است با الگوهای جاافتاده پیشین سازگاری داشته باشند. نقطه آغاز کتاب، حول این نکته است که فرآیندهای سیاسی به طور فزاینده ای به اشکال و ساختارهای رسانه ای وابسته اند. بنابراین، مسئله باید بررسی این نکته باشد که: هنگامی که

ص: ۴۵

اشکال و ساختارهای رسانه ای متحول می شوند، چه بر سر فرآیندهای سیاسی می آید؟

مطالعات خارجی

مطالعات خارجی

بوی برت (۲۰۰۶) در مقاله «فضای مجازی، جهانی شدن و امپراتوری» چارچوب امپریالیسم رسانه ای را مطرح می کند که برای مطالعه سلطه امریکا بر فن آوری اطلاعات و ارتباط در طی ۱۹۷۵ ۲۰۰۰ مناسب است. او در این مقاله، همراه با بیان نظریههای اولیه امپریالیسم رسانه ای که بر صادرات برنامه های تلویزیون امریکا تأکید میکردند، معتقد است باید در دوره جدید بر ظهور فن آوری های شبکه ای ریزپردازنده رایانه ای، اهمیت آنها برای توسعه صنایع فن آوریهای اطلاعات و ارتباط و تأثیر زیاد اینها بر سیاست های خارجی و اقتصادی امریکا تأکید کرد. بنابراین، در این مقاله، سلطه پیوسته قدرت شرکت های امریکایی، شرکت های فراملی امریکایی و از همه مهم تر، صنایع ارتباطی و اطلاعاتی را در درون اقتصاد جهانی مستند میکند و سلطه امریکا را بر بیشتر حوزههای ارتباطات راه دور و رایانه ای در قرن بیست و یکم نشان می دهد.

استرائوبار (۲۰۱۰) رابطه چین و هند (چیندیا) را در بافت دیگر قدرتهای رسانه ای و فرهنگی در حال ظهور در نظام جهانی یا دنیای در حال تغییر بررسی میکند. تحقیق او با تکیه بر چشماندازها و استقلال نامتقارن، رابطه آنها را با قدرت های اصلی موجود و با همدیگر و با دیگر فرهنگ ها و ملتهای کمتر توسعه یافته بررسی می کند.

فاتز (۲۰۱۰) در تحقیق خویش، برای توصیف جامعه معاصر به منظور نشان دادن و توضیح شکل جدیدی از مفهوم مارکسیستی امپریالیسم با

ص: ۴۶

عنوان امپریالیسم اطلاعاتی/ رسانه ای از تحلیل ولادیمیر لنین از امپریالیسم استفاده می کند و به تحلیل آماری اقتصاد کلان داده های موجود میپردازد. تحلیل او بر اساس پنج ویژگی امپریالیسم بنا شده است: (۱) نقش تمرکز اقتصادی؛ (۲) سلطه سرمایه مالی؛ (۳) اهمیت صدور سرمایه؛ (۴) طبقهبندی فضایی جهان در نتیجه سلطه شرکتها؛ و (۵) بعد سیاسی طبقهبندی فضایی جهان. نتایج پژوهش او نشان می دهد نظریه های لنین باید برای مطالعات ارتباطی و رسانه ای معاصر دوباره استفاده شود.

کومار (۲۰۱۰) در پژوهش خویش با عنوان «گوگل ارث و دولت ملت: حاکمیت در عصر رسانه های نوین» ماهیت حاکمیت در یک دنیای جهانی و نقش رسانه های نوین را در چارچوب آن تحلیل می کند. نگارنده این مقاله معتقد است موجودیت های رسانهای جدید مثل گوگل، وجه جدیدی از قدرت را نشان می دهد که به طور روزافزون تهاجم و حمله به درون نظام دولت ملت وستفالیا را میسر می سازد.

ص: ۴۷

فصل سوم: چارچوب مفهومی و نظری تحقیق

اشاره

فصل سوم: چارچوب مفهومی و نظری تحقیق

زیر فصل ها

مقدمه

رویکردهای گوناگون به رسانه های نوین

نظریه همگرایی رسانه ای

تحول و تکامل رسانه ها در جهان در حال تغییر

مصرف رسانه ها در عصر همگرایی رسانه ها

پی آمدهای همگرایی رسانه ها

جامعه شبکه ای

ص: ۴۸

ص: ۴۹

مقدمه

مقدمه

معرفی رسانههای جدیـد به افزایش شدید پیچیدگی اجتماعی، هم در فضا و هم در زمان انجامیده است. وسـعت و توانایی دسترسـی ارتبـاطی گسترش پیـدا کرده است. زمـانی که یـک رویـداد یا موضوع در جایی اتفاق میافتـد، مردم به سـرعت در نقاط دیگر جهان بـدان دسترسـی پیـدا میکننـد. در واقع، سـرعت ارتباطـات بیشتر شـده است. آنچه سـبب این دگرگونی های گسترده شـده، رشـد فن آوریهـای ارتبـاطی و اطلاعـاتی و رسانههـای نـوین اسـت که مـوجب پیچیـدگی درک فضـای اجتمـاعی، سیاسـی، فرهنگی و حـتی اقتصـادی در جهـان شـده است. برای شـناخت و درک چنین فضـای نوینی در شـرایط جهـانی، نـاگزیر به رویکردهای نظری جـدید نیازمندیم که قدرت تفسیر و تبیین بیشتری در مقایسه با رویکردهای دیگر داشته باشند.

رویکردهای گوناگون به رسانه های نوین

رویکردهای گوناگون به رسانه های نوین

از دید نظری، سـخن گفتن از رسانههای نوین، مشـکل و بحثانگیز است: آیا تلویزیون یک رسانه جدید است؟ این پرسـش را درباره رادیو و سـینما هم میتوان مطرح کرد. برخی محققـان معتقدنـد نو بودن رسـانه هـای جدیـد تا حـدی واقعی است؛ بـدین معنا که این رسانهها پیش تر نبودهاند، ولی در نظر گرفتن این دگرگونی ها، به معنای از میان رفتن همه تاریخ رسانهها

ص: ۵۰

نیست؛ زیرا تاریخ رسانهها دارای لحظههای یکسان جدید برای همه رسانهها بوده است.(۱) همه رسانهها سابقاً رسانههای جدید بودند؛(۲) بنابراین، «رسانه های جدید» یک مفهوم نسبی است. در بیست یا سی سال بعد، وبلاگها و روزنامهنگاری آنلاین، رسانههای قدیمی در نظر گرفته خواهد شد. پس چگونه میتوان گونه های جدید ارتباطات را در عصر جدید تعریف کرد؟ چگونه محققان درباره آنها سخن بگویند؟ آیا باید «چیز جدید» را «ارتباطات تعاملی» بنامیم یا بهتر است آن را با عنوان فقط «ارتباطات دیجیتال» تعریف کنیم؟ چرا شیوه های ارتباطی جدید را میتوان ارتباطات شبکه ای یا مشارکتی نامید؟

بنابراین، سخن گفتن درباره این گونه های جدید ارتباطی، راحت نیست. هر محقق، یک یا چند ویژگی برای توصیف و توضیح آنها در نظر می گیرد: دیجیتالی شدن، تعاملی، مجازی بودن، پراکندگی، فرامتنی بودن،(۳) بازنمایی عددی، پیمانهای، اتوماسیون، تغییرپذیری، فراکدگذاری،(۴) شبکه ای، همگرایی(۵) و غیره. در بررسی شرایط رسانهای و مطالعه رسانه های نوین باید به این ابهام معناشناختی توجه کرد. هر چند این ابهام های مفهومی، کار محققان رسانه ها را با مشکل مواجه می کند، ولی

۱- Martin Lister, ed, New media: A critical introduction, Taylor Francis, ۲۰۰۳, p۳.

۲- Lisa Gitelman, Always already new: Media, history and the data of culture, The MIT Press, ۲۰۰۶. Lisa Gitelman and Geoffrey B. Pingree, eds, New Media, ۱۷۴۰-۱۹۱۵, MIT Press, ۲۰۰۳. Siegfried Zielinski. Deep time of the media: Toward an Archaeology of Hearing and Seeing by Technical Means, Cambridge, MA: MIT Press, ۲۰۰۶.

۳- New media: A critical introduction.

۴- Lev Manovich, The language of new media, MIT press, ۲۰۰۱.

۵- Carlos Alberto Scolari, Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactive, Gedisa, ۲۰۰۸.

ص: ۵۱

فرصتی برای طراحی دوباره گفت وگوهای علمی(۱) فراهم می آورد. بنـابراین، در این تحقیق، ما به جای رسانههای نوین، از فضا و محیط رسانهای نوین اسـتفاده کرده ایم تا نقش رسانههای جدید را در تحولات بینالمللی بهتر و مناسـبتر تبیین کنیم و آن را توضـیح دهیم.

یکی از این بحثها و گفت وگوهای علمی، صـحه گذاشـتن بر «نظریه رسانه»(۲) به شـکل تلویحی یا آشکار به عنوان رویکرد نظری است.(۳) نظریه رسـانه به تعـدادی از محققان مختلف، مثل هارولـد آدامز اینیس (۱۹۷۲)، مارشال مک لوهان (۱۹۶۲، ۱۹۶۴)، والتر اونگ (۱۹۸۸) و جوشـوا میروویتس (۱۹۸۵) مربـوط میشود. میروویتس (۱۹۸۵) نظریـه رسـانه را به عنـوان تمرکز بر رسـانه به منزله محیطها (زمینه ها یا محیط) برای ارتباطات جامعه توضـیح میدهد: استعاره رسانه به منزله محیطها بر ویژگیهای نسبی ثابت یک رسانه خـاص توجه می نمایـد که آن را به فضای ارتباطی خاصـی تبـدیل و از دیگر رسانهها و از تعامل رو در رو متمایز می کنـد. هر چند نظریه رسانه، ریشـههای متفاوتی دارد، ولی پارادایمی مبتنی بر استعاره رسانه به منزله محیط هاست. بسیاری از محققان رسانهای، در کنار صحه گذاشتن بر فرضیات اصلی این نظریه، معتقدند عرصه اجتماعی خاص می تواند به مجموعه ای با ویژگیهای

۱- گفـت وگوهـای علمی به معنـای شـکل گیری فضـای گفت وگـوی دانشـگاهی، مراکز تحقیقی، مجلات علمی، کنفرانس هـا و کنگره هـاست. در این فضاهـا، محققـان به تبادل اطلاعات، بحث ایـدهها و مطرح کردن اختلاف نظرها به منظور رسـیدن به توافق و توجه به یـک روششناسـی و یـک سـری از قواعـد گفتمـانی در درون یـک چارچوب کنش گفتاری خاص و به عبارت دیگر، فعال کردن گفت وگوهای علمی در یک فضای گفتمانی می پردازند.

۲- medium theory.

۳- Niels Ole Finnemann, Internettet I Mediehistorisk Perspektiv, Copenhagen, Samfundslitteratur, ۲۰۰۵, p ۳۶-۷.

ص: ۵۲

قابل شناسایی و ثابت مربوط باشد. در درون این تعریف گسترده، نظریه رسانه برای جوامع اولیه، یعنی دورههای شفاهی، نوشتار و چاپ مناسب بوده است. در عصر شفاهی، دانش اجتماعی با شبکههای قصهگوها و نقال ها بایگانی می شد. اندازه اجتماع ارتباطی با حوزه فیزیکی ارتباطات کلامی محدود شده و چالش اصلی اطلاعات، یادآوری آنچه گفته شده بود. در عصر نوشتار، دانش اجتماعی با مجموعههای نسخ خطی آرشیو بندی میشد. اندازه اجتماع ارتباطی با دسترسی به تعداد نسبتاً محدودی از نسخه های نوشتاری و با توانایی خواندن محدود می گردید و چالش اساسی اطلاعاتی، حفظ دست خط ها بود. در عصر چاپ، دانش اجتماعی با کتابخانه آرشیوبندی میشد. اندازه اجتماع ارتباطی در اصل جهانی بود؛ هر چند با انتقال فیزیکی دچار وقفه و تأخیر و با توانایی های خواندن محدود می گردید و چالش اساسی، شناخت و تشخیص میزان رو به رشد تولیدات چاپی بود.

در حقیقت در این نظریه، فرضیه بر این اصل استوار است که یک رسانه خاص تعداد معدودی از ویژگی های ثابت را دارد. با پیشرفت فن آوریهای ارتباطی و اطلاعاتی و دیجیتالی (دست کم از نظر فن آورانه) و ظهور اینترنت به عنوان یک رسانه جهانی و همگرایی رسانهها، پرسش اصلی این است که: آیا فضای شبکهای و نوین ارتباطی را میتوان با تعداد محدودی از ویژگی های ثابت تعیین کرد؟

در عصری که دسترسی به ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی بیشتر و راحتتر از گذشته شده است، شکل گیری تعداد گسترده اجتماعات اینترنتی و مجازی تعاملی که مردم را قادر می سازد علایق عمومی را به اشتراک گذارند، فعالیت هایی برای ارتباط و اشتراک گذاری، هم در سطح

ص: ۵۳

محلی و هم در سطح جهانی پدید آورده است. در حقیقت، در چنین فضا و محیط رسانهای جدید، مشارکت مردم و گروهها فارغ از مکانها، و در گفتمان عمومی، فراتر از محدوده و مرزهای ملی صورت میگیرد؛ دانش اجتماعی توسط فرآیندی آرشیو می شود که می توان بدان «فراآرشیو»(۱) گفت.(۲) در این فضا، دانش از طریق موتورهای جست وجو و طبق معیارهای جست وجو که از سوی نیروهای فنی، سیاسی و اقتصادی یا شرکتهای بزرگ تعیین می شود که فضای ارتباطی و ماهوارهای را در اختیار دارند، قابل دسترس می گردد. از نظر فنی، میزان اجتماعات و محدوده ارتباطی، جهانی است. قدرت و دانش با دسترسی به فضاهای ارتباطی و شبکههای ماهوارهای تعیین می شود. چالش اطلاعاتی، مدیریت پیچیدگی اطلاعات و نحوه فعالیت در این فضا و محیط نوین ارتباطی است.

برخلاف روندهای پیشین، فضای ارتباطی جدید را میتوان به عنوان یک «نظام معناشناختی چندگانه(۳)» مشخص کرد که ویژگی اصلی آن، ادغام همه رسانههای شناخته شده در درون یک نظام چندرسانه ای همگراست.(۴) رسانههای دیگر و به اصطلاح قدیمی، رسانههای یک معنایی بودند و واجد تعداد محدودی از ویژگیهای نسبتاً ثابت. فضای رسانهای جدید به عبارت دیگر، عصر همگرایی رسانه ای، دارای تعداد نامحدودی از ویژگی هاست. در نتیجه، مشخص کردن این فضا به عنوان یک محیط

۱- meta-archive.

۲ - Lars Qvortrup, Understanding New Digital Media Medium Theory or Complexity Theory?, European Journal of Communication, ۲۱ (۳), pp ۳۴۵-۳۵۶.

۳- multi-semantic system.

۴- Ibid, pp ۳۴۵-۳۵۶.

ص: ۵۴

ارتبـاطی با مجموعه ثابتی از ویژگیها نظیر نظریه رسانه، امری مسئله ساز است. در نتیجه، رویکرد دیگری بایـد برای این فضا در نظر گرفت که تا حدی بتواند پاسخ گوی این فضای نوین ارتباطی باشد.

این رویکرد که از سـوی کـورتروپ در سـال ۲۰۰۶ مطرح شـده، «رویکرد نظری پیچیدگی»(۱) اسـت. بر اسـاس این رویکرد، نقش اصـلی رسانه، مدیریت پیچیدگی اجتماعی است و سازوکار اصلی این است که پیچیدگی با پیچیدگی مدیریت شود. در فضای نوین رسانهای جهانی که فضای پیچیدهای است، این امر فقط از طریق فضاهای شبکهای ممکن است. این پارادایم، نتایجی نظری دارد: به جای مشـخص کردن این فضای نوین رسانه ای از طریق ویژگیهای رسانهای ثابت، بایـد آن را بر حسب ظرفیت مـدیریت پیچیـدگی آن مشـخص کرد. در اینجـا، نقطه اصـلی، توانایی آن برای بازتولیـد خود از طریق ایجاد ارتباط و پیونـد بین گرهها در شـبکه است. ازاین رو، با یک نظام رسانه ای پویا و خود توسعه دهنده با توانایی توسعه پیچیدگی درونی مواجه هستیم.

یکی از تـأثیرات اصـلی، تـأثیر متضـاد پیچیـدگی اینترنت و رسانههـای جدیـد است. بـا افزایش پیچیـدگی داخلی، توانـایی مـدیریت پیچیـدگی خارجی امکان پـذیر می شود. برای مثال، اینترنت خودش میتوانـد مشـکلات مـدیریت پیچیـدگی را تولیـد کند. این یک تجربه زنـدگی روزمره است: مـا نمیتوانیم بـدون ظرفیت اینترنت و رسانههـای جدیـد زنـدگی کنیم. در سـطح اجتماعی، با مشـخص سازی ریختشناسی شبکه و مفهوم «فضاهای جریان(۲)» به عنوان یک مفهوم برای هویت پویای جامعه

۱- complexity theoretical approach.

۲- spaces of flow.

ص: ۵۵

شبکه ای، «مانوئل کاستلز(۱)» برخی مفاهیم جامعه شناختی را برای یک جامعه پیچیده نه جامعه بی نظم ارائه کرده است.

در مقایسه با جبرگرایی رسانه ای، نظریه رسانه، نظریه پیچیدگی، آنچه را بدان جبرگرایی اجتماعی گفته می شود، نشان می دهد. چنین نگاهی، رسانه و توسعه رسانه را بر حسب تکامل رسانه در نظر می گیرد.(۲)

بنابراین، بهتر است این فضا و محیط رسانهای نوین و پیچیده را به عنوان یک فرآیند درک کنیم که پراکنده، شبکهای و پیوندی است که امکان شبکهسازی، ارتباطات چندرسانه ای، مشارکتی و تعاملی را فراهم می کند.

بنابراین، در این تحقیق برای فهم فضا و محیط رسانهای نوین و پیچیده با بهرهگیری از رویکرد نظری پیچیدگی، نقشه گفت وگوهای علمی میتواند راهگشا باشد. در واقع، حوزه نظریه های ارتباطات را در خصوص رسانه های جدید باید در یک نقشه مرتب و طبق یک محور پیوستگی ناپیوستگی قرار داد.

با ظهور فن آوریهای ارتباطی و اطلاعاتی هم زمان و شکلگیری محیط و فضای ارتباطی جدید، نمی توان سنت های قدیمی نظری را دور انداخت، ولی میتوان آنها را با دیگر رشتهها و سنتها غنی کرد. نظریه های رسانه های جدید را همانند نظریه های سنتی ارتباطات می توان یک «فراگفتمان» یا یک «ماتریس یا شبکه گفت وگویی دیالکتیکی رشته ها» در نظر گرفت که از رویکردهای گوناگون تشکیل شده است. نظریه سازی یا استفاده از دیدگاه ها برای مطالعه رسانههای جدید در

۱- Manuel Castells.

۲- Understanding new digital media medium theory or complexity theory.

ص: ۵۶

شرایط و محیط رسانه ای جدید، باید بازتاب دهنده دیدگاه بین رشته ای و برای ورود دیگر نظریهها باز باشد. به عبارت دیگر، محققان هنگام مشارکت دادن دیدگاه های گوناگون در یک گفت وگوی نظری، باید «پذیرش و شنود نظری» ترکیبی داشته باشند. در واقع، فضای نظری پیرامون رسانه های جدید همانند دیگ مذاب میماند و دربرگیرنده پرسش ها و چالش های بسیاری است، ولی برای رفع این مشکل، محققان برای انعکاس و استفاده نظری در محیط رسانهای نوین، باید اتخاذ یک الگوی گفت وگویی مطلوب را با طیف گستردهای از رشته ها، مدنظر قرار دهند.

بر این اساس، با توجه به اینکه هدف تحقیق، بررسی نقش رسانه های نوین در تحولات بینالمللی است، برای شناخت بهتر فضا و محیط رسانهای جدید که رسانه های جدید را نیز دربرمیگیرد، یک الگوی گفت وگویی را با طیفی از دیدگاه ها به کار میگیریم تا شرایط، محیط و فضای نوین رسانهای را خوب درک کنیم. در واقع، متناسب با هر کدام از مباحث در زمینه نقش رسانه های نوین در تحولات بین المللی، نظریه مربوطه، مطرح می شود و دلایل آن توضیح داده خواهد شد. بر همین اساس، در این بخش از تحقیق، در مرحله نخست در کنار تشریح نظریه همگرایی رسانهای، تحول و تکامل رسانه ها را در جهان در حال تغییر، استفاده رسانه ها را در عصر همگرایی رسانه ها و پی آمدهای همگرایی رسانه ها را توضیح می دهیم. سپس، ماهیت جامعه شبکه ای، فرآیند شکل گیری وب ۲ و وب ۳ (وب معنایی) به عنوان زمینه شبکه سازی در فضای مجازی، و روند ایجاد و تکامل جامعه شبکه ای و ظرفیت آن را به بحث می گذاریم.

ص: ۵۷

نظریه همگرایی رسانه ای

اشاره

نظریه همگرایی رسانه ای

منظور از فرآینـد همگرایی «محو شـدن مرزهـای سـنتی بین فن آوریهـای رسانهـای پیشـین و نوین است که در دهه ۱۹۸۰ میلادی با ظهور سیسـتمهای کابلی، ماهوارهای، تلهتکست و ویـدئوتکست آغاز شـد. اکنون همگرایی به واقعیتی روزمره تبـدیل شده است؛ به گونهـای کـه عمـده مراحـل تکـاملش را طی کرده اسـت: فن آوری، بـازار، سـیاست، محتـوای برنامههـا و در پایـان امّـا نه به معنـای کماهمیتتر مصرف رسانهای.»(۱) در حقیقت، فن آوری رسانههـا با هر نسـلی تغییر میکنـد، ولی رسانه های سـنتی با ظهور فن آوری دیجیتالی تحولات شـگرفی پیدا کرده اند و از سوی دیگر، شـرکت های رسانه ای سـنتی با شرکت های نوین رسانه ای ادغام شده و الگوهـای مصـرف رسـانه ای، زنـدگانی مـا و جوامع را تغییر داده انـد. به عبـارت دیگر، در حـال حاضـر بـا پیشـرفت های فن آوری دیجیتالی و شـبکه های ارتباطات راه دور، شاهد ادغام رسانه های ارتباط جمعی سنتی به درون شرکت های رسانه ای جدید هستیم. فن آوری هـای رسـانه هـای نـوین از طریق ارائه سـبک زنـدگی جدیـد، ایجـاد مشاغـل جدیـد و حـذف برخی مشاغـل دیگر، تغییر امپراتورهـای رسـانه ای، نیاز به مقررات و قوانین جدیـد و ارائه موضوعات اجتماعی خاص بر فرهنگ اثر می گذارنـد.(۲) دیجیتالی شدن تلفن ها و پخش، امکان عرضه محصولات رسانه ای را در تلفن همراه فراهم کرده است. همگرایی فن آوری های

۱- Johannes Bardoel, and Leen d'Henens, Public Service Broadcasting in Converging Media Modalities, Convergance: The International Journal of Research into New Media Technologies, ۱۴(۳), ۲۰۰۸, p ۳۵۱.

۲- Joseph D Straubhaar, "Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity," Critical Studies in media communication, ۲۰۱۱, ۸(۱), p ۳۹-۵۹.

ص: ۵۸

اساسی تلفن، رایانه و تولیدات رسانه ای، فرصت های فراوانی برای سازمان های رسانه ای پدید آورده و محصولات رسانه ای موجود را به چالش کشیده است. تولید و بسته بندی محتوا، نرم افزار و سخت افزار رایانه ای و تلفن، سه صنعت مهم ارتباطات هستند که همگرایی در آنها رخ داده است. همگرایی تعیین کرده که چه چیزی تبادل پیدا کند، چه کسی می تواند ارتباط برقرار کند و ارتباط با چه سرعتی صورت گیرد. همچنین همگرایی در نحوه استفاده از محتوا، انعطاف ایجاد کرده و موجب شده نقش آفرینان گوناگونی در استفاده از محتوا مؤثر باشند.(۱)

البته گفتنی است تغییرات صرفاً فن آورانه نیستند، بلکه خلاقیت افراد و فرهنگ سبب بازتعریف استفاده از رسانه ها میگردند. شرکت ها و بنگاه های بزرگ رسانهای با روزنامه نگاری شهروندی، شبکه های اجتماعی و حتی با تولیدکننده های غیرحرفه ای ویدئو رقابت میکنند.(۲)

همگرایی کنونی رسانهها که فن آوریهای دیجیتالی رو به گسترش، سبب تشدید آن شده است، اختلال مضاعفی را در روند گذشته ایجاد میکند: نخست اینکه، دیجیتال شدن رسانههای کنونی، مبنای فعالیت و قواعد موجود در هر رسانه را زیر سؤال میبرد. برای مثال، انتقال دیجیتال، بسیاری از محدودیتهای گذشته را در زمینه پخش رادیو تلویزیونی از بین برده است. دوم اینکه، هر یک از رسانهها، اکنون جایگزین های بالقوه ای دارند. برای مثال، خدمات خطوط تلفن را اکنون میتوان غیر از کابلهای مسی، از طریق کابلهای تلویزیونی، امواج رادیویی یا اینترنت عرضه کرد؛ در حالی

۱- Robert Picard, Environmental and Market Changes Driving Strategic Planning in Media Firms, JIBS Reports on Media Series No. ۲۰۰۴-۲, p ۵.

۲- Peter Leonard, ‘Making Converged Regulation Possible’, Communications Law Bulletin, ۳۱(۲, ۲۰۱۲).

ص: ۵۹

که نوع خدمت تغییر نکرده است، ولی قواعد متفاوتی برای عرضه خدمات در هر رسانه پدید آمده است.(۱)

همچنین، توافق نامه های تجاری جهان و شبکه های دیجیتالی، نهادهای رسانه ای مشهور مثل سی. ان. ان را مجبور می کند با بی. بی. سی و منابع خبری خاورمیانه مثل الجزیره، العربیه و العالم رقابت کند. بنابراین، از یک دیدگاه، همگرایی در فصل مشترک فرهنگ، فن آوری، صنایع و قوانین و مقررات است و می توان این مسئله را به شکل نمودار ۱ ۳ نشان داد:

همگرایی

فن آوری

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

همگرایی

نمودار ۱ ۳. همگرایی رسانه ها

نمودار ۱ ۳. همگرایی رسانه ها

---

۱ - Francois Bar, and Christain Sandvig, US Communication Policy after Convergance, Media Culture Society, ۲۰۰۸, p ۵۳۱.

ص: ۶۰

همان گونه که نمودار ۱ ۳ نشان میدهد، همگرایی بر عرصه فرهنگ، صنایع، مقررات و فن آوری اثر می گذارد، ولی آنچه در همه این تغییر و

تحولات مهم، اثرگذار و محور و تکیه گاه است، کاربران و مصرف کنندگان هستند که بدون آنها هیچ تغییر و تحول چشم گیری اتفاق نمیافتد. البته این بدین معنا نیست که همگرایی هیچ تأثیری بر کاربران و مصرف کنندگان نمیگذارد، بلکه بدان معناست که رابطه بین همگرایی و کاربران و مصرف کنندگان، رابطه ای دوطرفه است.

نظریه همگرایی رسانهای بر این باور است که فن آوریهای نوین، رسانههای گوناگون را گرد هم آورده و در نتیجه، محیط رسانه ای را بازتعریف میکنند. بر اساس این نظریه، دگرگونی ها در فن آوریهای ارتباطی و اطلاعاتی، زندگی روزمره را تغییر شکل داده، الگوهای تولید، مصرف، یادگیری و تعامل بین شخصی را تغییر میدهد. فن آوریهای نوین، محتوا را بازتعریف و تعامل انسان را با نهادهای اجتماعی، مثل دولت، آموزش و تجارت تغییر میدهند،(۱) ولی با توجه به چندوجهی بودن همگرایی رسانه ای، هیچ تعریف تجربی جهانی از همگرایی ارائه نشده است و هر کدام از محققان از زوایای مختلف به تعریف آن پرداخته اند. برای درک بهتر همگرایی رسانه ای، ارائه تعریف های گوناگون آن ضروری است.

هنری جنکینز(۲) (۲۰۰۷) مفهوم فرهنگ همگرایی را در کتاب خود با همین نام در سال ۲۰۰۷ عمومی کرد. او در فرهنگ همگرایی(۳) جنبه های

۱- August E Grant, and Jeffrey Wilkinson, Understanding media convergence: the state of the field, Oxford University Press, USA, ۲۰۰۸, p ۳۶.

۲- Henry Jenkins.

۳- Convergent Culture.

ص: ۶۱

بسیاری از همگرایی رسانهها را تجزیه و تحلیل کرده است. در حقیقت، با فهم فرهنگ همگرایی است که همگرایی رسانه، از صرف تحول فن آورانه فراتر می رود و جنبه های دیگر به خود می گیرد. او در این کتاب، برخی اصطلاحات را برای مباحث نوخاسته رسانه ها، سواد و حتی سیاست ناشی از همگرایی رسانهای مطرح میکند. جنکینز در این کتاب می کوشد همگرایی رسانهای را در ارتباط با فرهنگ رسانهای معاصر، فرهنگ مردم پسند، سیاست و حتی توسعه سواد رسانهای تبیین کند. ازاین رو، در مرحله نخست به تعریف همگرایی می پردازد. از نظر او، همگرایی یعنی جریان محتوا بین چند پایگاه رسانهای، همکاری بین صنایع رسانهای چندگانه و تغییر جهت مخاطبان رسانهای. همگرایی واژهای است که توصیف دگرگونی های فن آورانه، صنعتی، فرهنگی و اجتماعی را مدیریت میکند؛ بسته به اینکه چه کسی و چه چیزی درباره این موضوع صحبت می کند.(۱)

با فرض چنین تعریفی، محدوده تحقیق جنکینز گسترده است و او با توجه به همگرایی رسانه ای در ارتباط با فرهنگ مردم پسند، به ویژه آنچه وی بدان «فرهنگ مشارکتی» میگوید، کار قابل تحسینی انجام داده است. از نظر جنکینز، همگرایی، استفاده محتوای رسانه در ترکیب کردن آنها، بازترکیب و از نو طرح کردن رسانه از تلویزیون، سینما و صنعت ضبط است که برخی از اشکال قدرتمند بیان شخصی و حتی خلاق جمعی را به وجود آورده است. برای اندیشمندانی مثل جنکینز، چالش نهایی همگرایی رسانهای، فهم سواد نیست، بلکه فهم ما از عاملیت سیاسی و کارامدی است که از این فرآیند حاصل میشود. به گفته جنکینز، وقتی

۱- Convergence culture: Where old and new media collide, p ۲-۳.

ص: ۶۲

یک فن آوری جدید ابداع می شود، هم تولیدکنندگان و هم کاربران محصول بر روش استفاده از آن اثر میگذارند. بنابراین، مهم نیست که یک تولیدکننده، چقدر فکر و برنامه ریزی برای یک محصول صرف کرده است؛ مصرف کنندگان در نهایت سرنوشت آن را در بازار فرهنگی رقم میزنند.

با این حال، سید حسین محمد(۱) (۱۹۹۹) معتقد است همگرایی یک فرآیند تغییر یا تغییر پارادایمی توسعه فن آوری های سنتی به صنعت خدمات جدید است که میتواند مرزهای میان ارتباطات راه دور، رادیو و تلویزیون، و صنایع رایانه ای را محو کند. بنابراین، در صنایع همگرا، تلفن، رایانه، تلویزیون کابلی و شرکت های رسانه ای با ادغام مالکیت ها همراه می گردد.

از اصطلاح ارتباطات رسانهای جدید، برای توصیف همگرایی رسانه های جمعی سنتی و فن آوری رایانه استفاده می شود.(۲) بنابراین، همگرایی فن آوری های ارتباطات بدان معناست که تمام فن آوری های ارتباطات به شکل دیجیتالی و سازگار با فن آوری های رایانه ای همگرا می شوند.

کاتلر و کو(۳) (۱۹۹۷) تعریف این جنبش های جدید فن آوری را به عنوان ارزش های دوران توسعه اقتصادی کنونی در نظر می گیرند. همگرایی، ادغام پیشرفته زنجیرهای از اطلاعات و صنایع محتوا ارتباطات راه دور، پست، پخش رادیو و تلویزیون، چاپ، چندرسانه ای،

۱- Syed Hussein Mohamad.

۲- J. D. straubhaar, R.larose, media, now: understandings media: understanding media, culture,and technology, cengage learning. ۲۰۰۰

۳- Cutler Co.

ص: ۶۳

تجارت الکترونیک و پردازش دادهها با مجموعهای از بازارهای اقتصادی پیوسته بر اساس فن آوری دیجیتالی است. در حقیقت، کاتلر و کو، بر جنبه های اصلی پویایی تجاری و بر دو اصل زیر تأکید میکنند:

(همگرایی مربوط به روند بازسازی بازار و صنعت؛

(همگرایی مربوط به ظهور زنجیرهای از ارزش مبتنی بر پایه های دیجیتالی و شبکه ای.

از نظر فلو،(۱) همگرایی به معنای به هم پیوستگی رایانه، فن آوری اطلاعات و ارتباطات، شبکه های ارتباطی و محتوا، رسانه ای است که با توسعه و عمومی شدن اینترنت و محصولات همگرا، خدمات و فعالیت هایی به وجود آمده که در فضای رسانه ای دیجیتال رخ داده است و بسیاری از افراد آن را به عنوان آخرین تحول و دگرگونی در نظر می گیرند؛ زیرا تمام جنبه های فعالیت های نهادی و زندگی اجتماعی از هنر تا تجارت، دولت تا روزنامه نگاری، بهداشت و آموزش و فراتر از آن به طور فزاینده ای در این محیط رسانهای دیجیتال از طریق فن آوری های ارتباطات و اطلاعات شبکهای انجام می شود.(۲) رینولد(۳) معتقد است همگرایی رسانه ها تنها امری فن آورانه نیست، بلکه با دگرگونی هایی در الگوهای صنعتی، فرهنگی و اجتماعی همراه است. به واقع، همگرایی رسانه ای، مصرف کنندگان فردی را قادر می سازد در سطوح اجتماعی با همدیگر ارتباط برقرار کنند و از رسانه های مختلف برای ایجاد تجربیات جدید بهره برند. رینولد این جنبه از تأثیرات

۱- Flew.

۲- Terry Flew, New media: An introduction (3rd ed.), Oxford University Press, 2008, P 22.

۳- Rheingold.

ص: ۶۴

همگرایی فن آوری های رسانه ای را «آثار جانبی اجتماعی» می نامد که بر اساس آن، جهان اجتماعی و فیزیکی به هم می پیوندند.(۱)

فرهنگ انگلستانی اکسفورد(۲) همگرایی را «فرآیندی تعریف می کند که از طریق آن، فن آوری های کاملاً- متمایز با یکدیگر، بسیار سازگار یا قابل ادغام میشوند؛ به طوری که بسیاری از ابزارها (به ویژه در حیطه الکترونیک، ارتباطات راه دور و رایانه) چندنقشی شده و از اطلاعات استفاده میکنند.» به یقین کنار هم قرار گرفتن فن آوری های گوناگون و تسهیل فزاینده ادغام نرم افزاری، نقش مهمی در ایجاد فرهنگ همگرا ایفا می کند.

از سوی دیگر، انجمن رسانه و ارتباطات استرالیا(۳) همگرایی رسانه ای را «پدیدهای تعریف می کند که دیجیتالی شدن محتوا و استانداردها و فن آوری های حمل و ارائه محتوای دیجیتال، تمایزات میان پخش و دیگر رسانهها را در همه عناصرِ تولید محتوا، انباشت، توزیع و دسترسی به مخاطبان کم کرده است».

گراهام مِیکل و شرمن یانگ(۴) در کتاب همگرایی رسانه: رسانه های دیجیتالی شبکه ای در زندگی روزمره(۵) معتقدند همگرایی را می توان در چهار بُعد فهم کرد:

(فن آورانه: ترکیبی از محاسبات رایانه ای، ارتباطات و محتوا در تمام پایگاه های رسانه های دیجیتالی شبکه ای؛

(صنعتی: تعامل مؤسسات رسانهای سنتی در فضای رسانهای

---

۱ - Howard Rheingold, Smart Mobs: The Next Social Revolution, Basic Books, Perseus, Cambridge, Massachusetts, ۲۰۰۰, pp ۱۵۷–۸۲.

۲- Oxford English Dictionary, http://www.oed.com/view, ۲۰۰۵.

۳- ACMA, ۲۰۱۱.

۴- Graham Meikle and Sherman Young.

۵- Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life.

ص: ۶۵

دیجیتال و ظهور شرکت های دیجیتالی مثل گوگل، اپل، مایکروسافت و دیگران به عنوان ارائه‌دهندگان محتوای رسانههای مهم؛

(ظهور رسانه های شبکه های اجتماعی مانند فیس بوک، توییتر و یوتیوب، و رشد محتوای ایجاد شده از سوی کاربر؛

(متنی: استفاده مجدد و بازترکیب رسانهها، چیزی که بدان مدل فرارسانه گفته می شود؛ مدلی که روایت ها و محتوای رسانه ای (مثلاً صدا، تصاویر و متن نوشتاری) در سراسر پایگاه های رسانه های چندگانه پراکنده می شود.(۱)

در نهایت اینکه، همگرایی رسانهای بیش از تغییر فن آورانه است و ارتباط میان فن آوری های موجود، صنایع، بازارها، ژانرها و مخاطبان را متحول میکند. در حقیقت، همگرایی نقطه نهایی نیست، بلکه به فرآیند (و در عین حال فرآیندها) اشاره دارد، ولی در طی این فرآیند (فرآیندها)، خیلی از مفاهیم و رویکردها تغییر می کند و به دلیل چندوجهی بودن همگرایی، بسیاری از مسائل تحت تأثیر آن قرار می گیرد که در نمودار ۲ ۳ به طور خلاصه آمده است.

فن آوری

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

نمودار ۲ ۳: ابعاد گوناگون همگرایی

نمودار ۲ ۳: ابعاد گوناگون همگرایی

۱- Graham Meikle, and Young Sherman, Media convergence: Networked digital media in everyday life, Palgrave Macmillan, ۲۰۱۲, P ۵۵.

ص: ۶۶

بنابراین، همگرایی، پدیده ای است که علم، فن آوری، رسانه ها و انسان را تحت پوشش خود قرار داده است. این همگرایی، هم در فضای مجازی و هم در فضای واقعی اتفاق افتاده است؛ به طوری که تمام ابعاد همگرایی در دو فضای

متصل به هم روی داده است. تحول و تکامل رسانه ها نیز در دو فضا پدید آمده است. از طرفی، همگرایی، محصول تحول و تکامل رسانه هاست. ازاین رو، همگرایی رسانه ای با تحول و تکامل رسانه ها بهتر فهم می شود. به واقع، بدون فهم تحول و تکامل رسانهای، همگرایی اتفاق نمیافتد. بر همین اساس، در ادامه به تحول و تکامل رسانه ها می پردازیم.

تحول و تکامل رسانه ها در جهان در حال تغییر

اشاره

تحول و تکامل رسانه ها در جهان در حال تغییر

رسانه های قدیمی، در دوره ظهور خود، رسانه های جدید به شمار می آیند و هر رسانه جدیدی در نقطه مشخصی از هستی خویش، قدیمی تلقی می شود. با وجود این، همچنان ظهور رسانه های جدید، فرآیندی مبهم و نامفهوم است. برخی بر این باورند که این فرآیند با فن آوری هدایت می شود. بعضی دیگر انگیزه های اقتصادی را مطرح می کنند. عده ای معتقدند این فرآیند بیشتر مربوط به مخاطب است و عده دیگری بحث های فرهنگی را مطرح می سازند.

هربرت شیلر از صاحب نظران اقتصاد سیاسی ارتباطات، همراه با نقد دیدگاه های خوش بینانه غربی در خصوص پیشرفت های فن آوری اطلاعات و ارتباطات و شکل گیری جامعه اطلاعاتی، این تحولات را ناشی از فشارها و الزام های نظام سرمایه داری، و آثار و پی آمد آن را تأمین منافع شرکت های تجاری سرمایه داری به زیان اکثریت محروم در جامعه به اصطلاح اطلاعاتی می داند. وی در نوشته هایش درباره نقش

ص: ۶۷

اطلاعـات در توسـعه سـرمایه داری، نخست توجه خود را به ارتباط معیارهای تجاری با پیشـرفت های اطلاعات معطوف می دارد. به زعم شـیلر، نوآوری هـای اطلاعاتی و ارتباطاتی، تحت تأثیر فشارهای تعیین کننـده حاکم بر بازار خریـد و فروش و تجارت به منظور کسب سود صورت می گیرد. وی اصـلی ترین پی آمـد خصوصـی سازی امکانـات و فرآینـدهای ارتباطی را تحمیل معیار بازار می داند. برای شیلر، مرکزیت اصول بازار، یک اجبار نیرومند در کالایی سازی اطلاعات و به معنای دسترسی فزاینده به اطلاعات تنها به شرط قابلیت فروش آن است. اطلاعات، امروزه به عنوان یک کالا دادوستد می شود.

شیلر در کتاب اطلاعات و اقتصاد بحران می نویسد:

هسته فرهنـگ یعنی همـان اطلاعـات، در جوامع صـنعتی به یک کالای تجاری و به مقوله ای قابل فروش تبـدیل شـده است. اکنون تفکیک فرهنگ، سیاست و اقتصاد بی معنا به نظر می رسـد. ارتباطات الکترونیک، مخرج مشترک تولیـد فزاینـده کالاها و خدمات است و اطلاعات که به اصلی ترین بخش فرآیند تولید تبدیل شده است و کالایی مهم به شمار می آید، تحت کنترل معیارهای بازار درآمده است؛ تحت کنترل معیارهایی که در تولیدات صنعتی و فرهنگی، همسانی ایجاد می کند.(۱)

بـا وجود اینکه تعـدادی از محققان (۲)دربـاره تاریـخ رسانه های خاص، مباحث فراوانی مطرح کرده انـد، ولی نگاه همه آنها بـدون چارچوب نظری

۱- سید محمد مهدی زاده، نظریه های رسانه؛ اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی، ص ۱۸۷.

۲- نک: بریگز و بورک، ۲۰۱۰؛ رابرتز و دیگران، ۲۰۰۲؛ اشتوبر، ۲۰۰۳؛ ویلکه، ۲۰۰۳؛ وینستون، ۱۹۹۸.

ص: ۶۸

کلان و خرد است. اما اشـتوبر(۱) (۲۰۰۴) در تحقیقـات خود یـک چارچوب نظری را مطرح می کنـد و به خوبی به تحول و تکامل رسانه می پردازد. نگاه نظری او، یک نگاه نظری کلان است. در حقیقت، دیـدگاه های پیشـین مثل شومپیتر (۱۹۹۷) بیشتر بر فرآیند فن آورانه تأکید داشتند، ولی این رویکرد کلان، فرآیند اقتصادی، اجتماعی و حتی فرهنگی محصولات جدید و رسانه ها را توضیح می دهد.

نگاه و رویکرد اشـتوبر (۲۰۰۴)، نظریه تکامـل و تحـول رسانهای(۲) است. چنین نگاهی، دیـدگاهی برای تحول رسانه ها میگشایـد و تبیین نسـبتاً بهتر و منطقیتری از تحول و تکامل رسانه ها به دست میدهـد. در حقیقت، برای اینکه نشان دهیم آیا همگرایی رسانهای، «تحول» واقعی را نشان می دهد یا نه، دیدگاه تکامل و تحول رسانه ای برای روندهای جاری همگرایی رسانهای سودمند است.

رسانه ها در بستر زمان دچار تغییر و تحولات می شونـد و آنها جامعه را تغییر می دهند.(۳) نظریه تکامل و تحول رسانه ها بر اهمیت پدیده های نوخاسته در رسانه تأکید می کند و چارچوبی برای تفسیر ظهور رسانه های جدید است. اشتوبر (۲۰۰۴) سه مرحله توسعه را شناسایی می کند: ابداع، نوآوری و نهادینه شدن.(۴) برای فهم بهتر دیدگاه اشتوبر از تحول رسانه ای، در ادامه، مراحل یادشده و ارتباط آنها با همگرایی رسانه ای را توضیح می دهیم:

۱- Stöber.

۲- media evolution.

۳ – E, L, Eisenstein, The printing press as an agent of change: communications and cultural transformations in Early – modern Europe, cambridge: cambridge university press, ۱۹۷۹.

۴- invention, innovation and institutionalization.

ص: ۶۹

۱. ابداع (بهبود در رسانه قدیمی)

۱. ابداع (بهبود در رسانه قدیمی)

درباره همگرایی رسانه ای، ابداع، توانایی تبدیل بیت های متمایز داده ای آنالوگ (مثل صدا، متن، صوتی یا تصویری) به بیت های نامتمایز داده های رقمی است. در حال حاضر، به کارگیری ابداع برای همگرایی رسانه ها آشکار و این مرحله، کامل شده است؛ زیرا دیجیتالی کردن صدا، متن یا داده صوتی و تصویری بیش از یک دهه اتفاق افتاده است.

۲. نوآوری (ظهور رسانه جدید)

۲. نوآوری (ظهور رسانه جدید)

مرحله نوآوری به کارگیری ابداع در «جهان واقعی» را بررسی می کند. در خصوص همگرایی رسانه ای، نوآوری به معنای توانایی توزیع و مصرف انواع رسانه های مختلف، یعنی رادیو، تلویزیون یا اینترنت از طریق مجرایی یکسان است. هم اکنون این مرحله کامل شده است؛ زیرا گرفتن داده های رسانه ای دیجیتالی شده از مجراهایی مثل کابل یا اینترنت امکان پذیر شده است.

۳. نهادینه شدن

اشاره

۳. نهادینه شدن

صنعت رسانه اکنون، به سوی مرحله نهادینه شدن در حال حرکت است. اشتوبر (۲۰۰۴) چهار دسته عامل تغییر را معرفی میکند که در یک زمان، برای شکل گیری نهاد سیستم جدید اتفاق می افتد: فن آوری، فرهنگی، قانونی/ سیاسی، و اقتصادی. اشتوبر بیان میکند که شرایط همه این عوامل، مدل تجاری را شکل میدهد. این چهار دسته عامل نهادینه شدن برای شناسایی درجه تغییر، لازم و ضروری است. برای فهم بهتر، این مسئله را در جدول ۱ ۳ نشان داده ایم.

ص: ۷۰

جدول۱ ۳. نهادینه شدن و صنعت رسانه ای

جدول۱ ۳. نهادینه شدن و صنعت رسانه ای

عامل تغییر

تشریح

به کارگیری در صنعت رسانه ای

فن آوری

پیشرفت های عمیق در فن آوری به کاهش قابل توجهی در هزینه و افزایش عملکرد انجامیده است. این دیدگاه مطابق با قانون مور است که بیان می کند قدرت پردازش رایانه در برابر هزینه ۲۴ ماه، دو برابر است. هر چند ارتباط این اصل در طول زمان مورد تردید قرار گرفته، ولی مفهوم کلیدی این است که هزینه ها پایین آمده و بی گمان، عملکرد به طور چشم گیری در طول زمان افزایش پیدا می کند.

در صنعت رسانه ها، یک الگوی کاهش هزینه ها و افزایش عملکرد وجود دارد. پهنای باند سرعت انتقال اطلاعات، تلفن همراه، کیفیت و محدوده را بهبود بخشیده و هزینه ذخیره داده را پایین آورده است. پیشرفت ها در فن آوری، میزان عملکرد را بهبود بخشیده؛ زیرا سبب قابل حمل شدن ابزارها گردیده، و اندازه و وزن ابزارهای موبایل کوچک شده، ولی قدرت افزایش یافته است.

فرهنگ

فرهنگ یک عامل اصلی است. مهم نیست پیشرفت فن آوری چقدر بزرگ است. اگر مصرف کنندگان نپذیرند و در فن آوری جدید سرمایه گذاری نکنند، در نهایت فن آوری شکست خواهد خورد.

نخست، اقتباس یا پذیرش فن آوری تنها زمانی اتفاق می افتد که ارزش دریافتی داشته باشد. پهنای باند و

ص: ۷۱

دیگر خدمات دیجیتال در میزان بالایی پذیرفته می شود و صدا در پروتکل اینترنت، صنعت ارتباطات راه دور را متحول می کند.

دوم، تطابق و سازگاری را می توان با اندازهگیری زمان صرف شده بر مصرف خدمات رسانه ای همگرا سنجید. در انگلستان، بین ۱۹۹۹ و ۲۰۰۳ زمان آنلاین بودن هشت برابر گردیده (دوتا شانزده ساعت در هر هفته)، زمان استفاده از تلفن همراه تقریباً سه برابر شده، پیام های متنی ارسالی پانزده برابر گردیده، گوش دادن به رادیو شش درصد و تماشای تلویزیون دو درصد افزایش یافته است. بیشتر این فعالیت ها به طور هم زمان اتفاق افتاده که از منبع واحد تعامل، یک تغییر اساسی فرهنگی است. تطابق و سازگاری فرهنگی مشابه در امریکا نیز روی داده است.

قانون/ سیاست

نظام حکومتی و حقوقی به طور قابل توجهی بر محیطی

ص: ۷۲

اثر می گذارنـد که در آن همگرایی رسـانه ای تحول پیـدا می کنـد. نقش آن، حصول اطمینـان از رقـابت منصـفانه و سالم است؛ به طوری که هم مصرف کننده و هم صنعت، سود ببرد. همچنین دولت می تواند به عنوان یک کاتالیزور برای تغییر عمل کند.

بسیاری از دولت ها آشکارا همگرایی رسانه ای را تشویق می کنند و در بسیاری از مواقع، دولت ها با تعیین مهلت، میزان تغییرات را تحمیل می نمایند تا همه سیستم های پخش به طور اجباری دیجیتالی شود. انگلستان این مهلت را تا ۲۰۱۰ تعیین کرد و کره جنوبی و ژاپن تا ۲۰۰۹ مشخص کردند. در امریکا نیز بین ۲۰۰۸ تا ۲۰۰۹ تعیین شده بود.

اقتصاد

اشتوبر (۲۰۰۴) نشان می دهـد «هر رسانه جدیـد بایـد مـدل تجاری مناسب خودش را پیـدا کنـد». ظهور مـدل تجاری جدیـد، آینده صنعت رسانهای را تعیین خواهد کرد.

زمانی که عوامل تغییر فن آوری، فرهنگ و سیاسـی ایجاد شدند، درباره عوامل اقتصادی باید همچنان تصمیم گیری شود؛ زیرا ادامه فعالیت به مدلی تجاری بستگی دارد.

بنابراین، در حال حاضـر، مرحله ابداع و نوآوری کامل شده است. صنعت با عوامل فن آورانه، فرهنگی و سیاسی در حال حرکت در مرحله نهادینه شدن قرار گرفته است. عوامل اقتصادی هنوز در حال تحول است و نقطه اوج اینهاست که آینده مدل تجاری رسانه را شکل خواهد داد. بر این اساس، آنچه بین این مراحل مهم است، فرآیند نهادینه شدن در تحول رسانه ای است.

ص: ۷۳

فرآیند تحول رسانه ای، موضوعی پیچیده است؛ زیرا با همه تحولات و توسعه اجتماعی درگیر است. بنابراین، هیچ مدلی به تنهایی مناسب همه اهداف نیست؛ چون هر مدلی باید ساده سازی شود و به دلیل همین مسئله است که معمولاً یک مدل ساده که مناسب اهداف ماست برای تحول در نظر گرفته می شود. اگر به چهار زیرسیستم یا چرخه های گفتمانی موجود در جامعه، یعنی فرهنگ، سیاست و قانون، اقتصاد، و فن آوری بنگریم می توانیم هر سیستمی را به عنوان یک پایگاه گفتمانی درک کنیم. هر سیستمی متناسب با قوانین خویش عمل می کند و همه سیستم ها با یکدیگر تعامل برقرار می کنند. این تعامل، قسمتی از نهادینه شدن رسانه های جدید است. ازاین رو، جامعه، رسانه های جدید و نقش های جدید آنها را می پذیرد. این چهار سیستم و چرخه های تحول و تکامل رسانه ای را در نمودار ۳ ۳ نشان داده ایم.

فن آوری

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

نمودار ۳ ۳: چرخه های تحول و تکامل رسانهای

نمودار ۳ ۳: چرخه های تحول و تکامل رسانهای

ص: ۷۴

هر پیشرفت و بهبودی در جامعه و نیز در رسانه ها، از نامطلوب بودن وضع موجود فرهنگی و اجتماعی، سیاسی و قانونی، اقتصادی و فن آورانه سرچشمه می گیرد. به طور کلی، بحث هـای موافقان و مخالفان، ویژ گی های رسانه های جدیـد را برای جامعه روشن تر می کنـد. حـتی این بحث هـا در خصوص رسـانه هـای جدیـد، به بحث هـا و جنبه هـای قـانونی می انجامـد. به محض اینکه ظرفیت نوآوری جدیـد شـناخته می شو د، واکنش ها آغاز می گردد. هیـچ رسانه جدیدی، تابع قوانین و مقررات قدیم نیست، ولی به مجرد اینکه به عنوان یـک چیز جدیـد در جـامعه پـذیرفته می شود، بحث دربـاره قوانین جدیـد و خاص آغاز می گردد. هر قانون جدیـد، ویژ گی های رسانه های قـدیمی را با هم ترکیب می کنـد و این اساس نهادینه شـدن سیاسـی رسانه های جدید است. وقتی سـیاست، رسانه جدیـد را به عنوان رسانه جدیـد در نظر می گیرد، به یقین، جامعه، آن رسانه را به عنوان ابزار ارتباطی جدید پذیرفته است. در مسائل اقتصادی و مسائل دیگر، شیوه عمل، تقریباً مشابه است.

به طور کلی، فرآینـد نهادینه شـدن اجتماعی، خود رسانهها را تغییر می دهد. جامعه، ابداع رسانه جدید را با کشف امکانات ارتباطی نهادینه می کنـد و نقش های رسانه جدیـد را شـکل و مـدل های اقتصادی جدیـد را توسـعه می دهد. جامعه، رسانه های جدید را با ایجاد یک چارچوب سیاسی و یک نظم قانونی و حقوقی برای آن رسانه جدید می پذیرد.

برای فهم بهتر و کامل تر، می توان چهارچرخه تحول و تکامل رسانه را به شکل نمودار ۳ ۴ نشان داد.

ص: ۷۵

فن آوری

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

چرخه های فناوری تحول رسانه هاچرخه اقتصادی تحول رسانه ها

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

واکنش های قانونی و سیاسیبحث های فرهنگی در مورد رسانه ها

در مورد رسانه های جدید

نمودار ۴ ۳. چهارچرخه تحول و تکامل رسانه ها

نمودار ۴ ۳. چهارچرخه تحول و تکامل رسانه ها

بنـابراین، نظریه تکامـل و تحول رسـانه ای بر این باور است که تحول و تکامل رسانه ها، همگرایی را تشـکیل می دهـد و ترکیبی از همـه عوامـل اسـت و چـالش هـا و ظرفیت هـای ناشـی از همگرایی رسـانه ای از همه این عوامـل سرچشـمه می گیرد. این عوامـل بر همگرایی رسانهای در فضای

ص: ۷۶

واقعی و فضای مجازی اثر می گذارد و همگرایی های مختلف و شاید متفاوتی شکل میدهد.

شکل و نوع همگرایی شکل گرفته و نحوه نهادینه شدن آن، نقش رسانه را در تحولات بینالمللی و منطقهای نشان میدهد. در حقیقت، در هر مرحله از فرآیند همگرایی قرار بگیریم، به همان اندازه، رسانه جدید، نقش خود را در ابعاد سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی به نمایش می گذارد.

مصرف رسانه ها در عصر همگرایی رسانه ها

مصرف رسانه ها در عصر همگرایی رسانه ها

چنان که پیش تر مطرح کردیم، یکی از مباحث اصلی و مهم در پدیده همگرایی رسانه ای، شیوه مصرف رسانه هاست که در فضا و محیط رسانهای نوین دچار تغییراتی شده و به تبع آن، شیوههای ارزیابی مخاطبان و مطالعه مصرف رسانهای آنها و به بیان بهتر، رتبهبندی مخاطب (آمار مخاطبان)(۱) را با چالش مواجه کرده است؛ زیرا در عصر همگرایی رسانه ها، تغییر صورت وسایل ارتباط جمعی، تأثیرات روزافزون فن آوری بر مصرفِ رسانه ها و ظهور فن آوری های رسانهای جدید در فرآیند رسانهای(۲) موجب استفاده بیش از یک شکل از رسانه ها در یک زمان مشخص یا استفاده متناوب از یک رسانه و بعد رسانه ای دیگر و بالعکس شده است. اگر از این منظر به همگرایی رسانهای توجه کنیم، همگرایی رسانهای عموماً به عنوان ترکیب دو یا چند رسانه سنتی درون یک فرآیند(۳) پنداشته می شود و

۱- audience raing.

۲- David Gunzareth, Audience measurement in the face of change, International Journal on Media Management, ۲۰۰۰, ۵, ۷-۱۱.

۳- Jean Folkerts, Stephen Lacy, and Lucinda Davenport, The media in your life: An introduction to mass communication, Boston: Allyn and Bacon, ۲۰۰۴, p ۳۱۸.

ص: ۷۷

در اساسیترین سطح آن، این نوع همگرایی به معنای ترکیب فن آوریهای ارتباطی برای ارائه یک پیام است، ولی از منظری دیگر در این زمینه، همگرایی رسانهای شامل پیوند شرکتهای وسایل ارتباط جمعی سنتی با فن آوری های رایانه ای و اینترنت، و ایجاد موجودیتهای رسانهای جدیدِ همگراست.

به طور کلی این اعتقاد وجود دارد که با به کارگیری فن آوریهای ارتباطی و اطلاعاتی، عملکردهای وسایل ارتباط جمعی به شدت تحول یافته است، ولی شبکه اینترنت و فضای مجازی استفاده مخاطبان را از رسانهها دگرگون کرده است.(۱) در عین حال، تجمیع برخی از رسانههای سنتی به شکل نوین در یک رسانه جدید مثل موبایل، نوع و نحوه استفاده از آنها را در مقایسه با وسایل ارتباط جمعی تغییر داده است.

در حقیقت، فهم عمومی از رسانه، اطلاعات و فن آوریهای ارتباطی و نیز استفاده مؤثر از رسانه دچار تغییراتی شده است. با توجه به ابعاد گوناگون همگرایی، آنچه در علوم ارتباطات و مطالعات فرهنگی و رسانه بیش از همه ابعاد همگرایی، مهم و مورد توجه است، ارزیابی مصرف رسانهای مخاطبان می باشد و این مسئله در تحقیقات مربوط به استفاده از رسانه ها متناسب با محیط رسانهای نوین و فرآیند همگرایی و واقعیت استفاده از رسانه ها نیست. هر چند در مرکز تحقیقات پیو،(۲) پروژه های تحقیقاتی مختلفی درباره مصرف رسانه های جدید صورت می گیرد، ولی مصرف رسانه ها به شکل یکپارچه و همگرا تحقیق و پژوهش نمی شود؛

۱- Karl Baehr, the New Media: The Internet's Effect on the Mass Communication Industry, University of New Mexico, ۲۰۰۰, p ۱۴.

۲- http://www.pewinternet.org/About-Us.aspx.

ص: ۷۸

اما به هر حال امروزه همگرایی یک مسئله و موضوع قابل مشاهـده در جامعه بوده، به طور مسـتقیم و غیرمسـتقیم بر بسـیاری از جنبه های زندگی روزمره مخاطبان اثر گذاشته است. همگام با این نوع دگرگونی ها، بسیاری از تحقیقات رسانهای درباره مصرف رسانه ها در ایران و دنیا به طور مؤثر تحول نیافته است.

با توجه به مباحث پیشـین و فرآینـدهای یادشده، در ایران نیز هر چند رشد فن آوریها در مقایسه با دیگر کشورهای پیشـرفته تا حدی انـدک است، ولی محیط رسانهای امروز ایران، دیگر محیط رسانهای قبل نیست و به سـرعت و به شدت در حال تغییر است. ازاینرو، سازمـان هـای رسانه ای (در ابعاد کوچک و بزرگ) و عملکرد و نقش آنها و نیز شـیوه های پیام رسانی و ارتباط مخاطب با رسانه و بالعکس با فن آوری های نوین و فضای مجازی مواجه شده و در اثر همگرایی تغییر یافته است. با وجود این، شـکل های مختلفی از همگرایی وجود دارد و به طور خـاص همگرایی رسانهای ضـرورتاً به معنای ترکیب فن آوریهای ارتباطی برای ارائه یک پیام نیست. هر روز میتوان نمونههای از این پدیده را در فن آوریهای تلفن همراه و اینترنت، وسایل ارتباط جمعی، موسیقی و غیره مشاهده کرد.

شرایط پیچیده فضای نوین رسانه ای ناشـی از پدیده همگرایی، نقش رسانهها و اسـتفاده از آنها را متحول کرده است و این چالش و پرسش را به وجود می آورد که: چگونه می توان استفاده از رسانه ها را در این محیط همگرای رسانه ای ارزیابی کرد؟

بحث از سودمنـدی های ارزیابی اسـتفاده از رسانه ها و رتبهبنـدی اسـتفاده از رسانهها در عصـر حاضـر، می توانـد از شـرایط پیچیده فضای

ص: ۷۹

نوین رسانهای و نقش رسانهها در همه عرصه ها سرچشـمه بگیرد. اگر این باور را بپـذیریم که خاسـتگاه دگرگونی های امروزی در عرصه فرهنگ، اجتماع، سـیاست و اقتصاد، رسانه است، این سخن چندان اغراق آمیز به نظر نمی رسد. هرچند به مرور زمان، نگرش مخاطبـان به رسانه و اهـداف و نگرش رسانه ها به مخاطبان دگرگون شـده یا بسـته به جغرافیای جهان این موضوع تغییر کرده است، ولی هیـچ گاه رسانهها از این نیاز بنیادی دست نشسـته انـد؛ چرا که به خوبی می دانند ادامه حیات آنها به مخاطب بسـتگی دارد؛ اما این امر زمانی محقق میشود که شـناخت مخاطب و ارزیابی مصـرف رسانهای مخاطبان، متناسب با شرایط و محیط رسانهای باشد که رسانهها در آن زمان و در آن محیط فعالیت میکنند.

همان گونه که گفتیم، در فضای نوین رسانهای که با عصـر همگرایی رسانهای شـناخته میشود، شـناخت مخاطب و ارزیابی مصـرف رسانـهای آن، ملزومـات خـاص خـود را میطلبـد. همگرایی رسانـهای پدیـدهای است که در انـواع ارتباطـات رخ داده(۱) و مالکـان رسانههـا، تحلیلگران و قـانون گـذاران و حتی اهـل سـیاست را به فعـالیت واداشـته تا در ساختار کلی ارائه اطلاعات به مخاطبان انبوه بازاندیشـی کننـد. از همه مهم تر، آنهـا را وادار میکنـد به دگرگـونی هـای فراوان در اسـتفاده جدیـد از رسانههـا، و نیز نقش قوی و تعـاملی در حـال تغییر اعضـای مخـاطب کنونی توجه نماینـد، ولی بـا تحول رسانه ای و تحول مصـرف، روش های ارزیابی مصـرف رسـانه در درون ایـن محیـط همگرایی، جدیـد نیست. ازاین رو، همگرایی بر ابعـاد مختلـف رسانهـای اثر می گـذارد و پی آمـدهای گوناگونی دارد.

---

۱ - Jean folkerts, lacy stephaen and daren port, lucinda, the media in your life: an introduction to mass communication, bostan: allyn and bacon, ۲۰۰۴.

ص: ۸۰

پی آمدهای همگرایی رسانه ها

پی آمدهای همگرایی رسانه ها

پی آمد اصلی همگرایی برای مصرف کنندگان، افزایش قابل توجه در دسترس بودن محتوای رسانه ای آنلاین مثل رادیو و تلویزیون، سازمان های خبری، سایت های رسانه های اجتماعی و یوتیوب، به نام چند منبع رسانه ای اصلی و انعطاف پذیری کاربران در استفاده از ابزارهای رسانه ای، و زمان و مکان مصرف رسانه هاست.

از یک سو، همگرایی رسانه ای، آثار و پی آمدهای سیاست گذاری مهمی دارد. در همگرایی رسانه ها، سیاست گذاری رسانه ای به ارائه محتوای بسیار و افزایش رقابت رسانه ای نیازمند است تا بر کمبود توزیع و بازارهای رسانه ای انحصاری یا انحصار چندجانبه چیره شود. از سوی دیگر، دگرگونی های فن آورانه، چالش های جدیدی برای حفظ مقررات رسانه ای قدیم و مواجهه آن با همگرایی پدید می آورد. از یک سو، فن آوری جدید، تبعات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی خاص خود را دارد و نظام حقوقی را به چالش می کشد. از سوی دیگر، همگرایی رسانه ای در فضای مجازی، جهانی است و باید نظام حقوقی و قانونی برای عملکرد بهتر با نظام های بین المللی سازگار شود. قوانین و مقررات رسانه ها پی آمدهای ناخواسته در برتری یا عدم برتری برخی پایگاه ها، خدمات و تأمین کنندگان در مقایسه با برخی دیگر که درگیر فعالیت های مشابه هستند، به دست می دهد و این چالش دیگری برای رسانه ها در فضا و محیط همگراست.(۱)

همچنین، بازارهای رسانه ای، بعد بین المللی بیشتری یافته و مقررات ملی نمی تواند با این بازارهای رسانه ای و ارتباطی بین المللی

۱- Heidi A. McKee, Ethical and legal issues for writing researchers in an age of media convergence, Computers and Composition ۲۵, ۲۰۰۸, pp ۱۰۴–۱۲۲.

ص: ۸۱

سازگار باشد و محیط همگرا، چالش فراوانی برای رقابت به وجود می آورد.

دموکراتیزه شدن محتوا، یکی از چالش ها و در عین حال ظرفیت های همگرایی رسانه ای است.(۱) همگرایی رسانه ای، کاربران را توانمند می سازد تا محتوای خود را در اینترنت به راحتی در دسترس عموم قرار دهند. حتی به اشتراک گذاری محتوای حرفه ای، نه تنها برای رسانه های تجاری و خصوصی تهدید به شمار می رود، بلکه رادیو تلویزیون های عمومی را نیز به چالش کشیده است. هنر و صنعت موسیقی، آسیب های جدی دیده اند. در بسیاری از موارد به دلیل اینکه فضای رسانه ای بیش از گذشته، جهانی شده است، مقرراتی بین المللی نیاز است تا توانایی دسترسی مصرف کنندگان را به محتوا محدود کند، ولی اینترنت و فضای مجازی، برای استعدادهای در حال ظهور بستر مناسبی فراهم می آورد. برخی هنرمندان توانایی به اشتراک گذاری هنر خویش را در این فضا پیدا می کنند. برخی از هنرمندان می توانند از طریق اینترنت، فروش دیجیتال داشته باشند. از طرفی، چنین محیطی، سازوکاری برای مصرف کنندگان فراهم می آورد تا به راحتی این هنرها و محتواها را به دست بیاورند.

در حقیقت، همگرایی رسانه ای، کاربران را قدرتمند می سازد تا محتوای مورد نظر خود را تولید و توزیع کنند؛ زیرا هزینه تولید و توزیع به دلیل دیجیتالی شدن تولید و امکانات عرضه در فضای مجازی پایین آمده و پایگاه های بسیاری محتوای تولیدشده را به مخاطب گسترده انتقال می دهند. از سوی دیگر، محتوای تولیدی کاربر، نگرانی های فراوانی پدید

۱- Susan Zavoina, and Tom Reichert S, Media Convergence/Management Change: The Evolving Workflow for Visual Journalists, The Journal of Media Economics, ۲۰۰۰, ۱۳(۲), pp ۱۴۳-۱۵۱.

ص: ۸۲

آورده و چالش های زیادی برای سایت های خبری ایجاد کرده است؛ چون تولیدات غیرحرفه ای، کیفیت پایینی دارند و از نظر دقت و صحت محتوا دچار خدشه اند.(۱)

در نهایت، همگرایی رسانه ای سبب ظهور الگوهای جدید مصرف رسانه ای در فضای واقعی و مجازی شده است و این موضوع، محیط و فضای رسانه ای را به سمت پیچیده تر شدن می کشاند و هر روز ظرفیت ها و چالش های فراوانی برای جوامع پدید می آورد. جوامع باید از هر نظر بتوانند از ظرفیت های آن بهره برند و با چالش های آن به طور مناسب و منطقی برخورد کنند.

جامعه شبکه ای

اشاره

جامعه شبکه ای

زیر فصل ها

چیستی جامعه شبکه ای

بستر و زمینه شکل گیری جامعه شبکه ای

چیستی جامعه شبکه ای

چیستی جامعه شبکه ای

این جامعه جدید در ربع پایانی قرن بیستم و از راه تعامل میان سه فرآیند مستقل که هم زمان رخ دادند، به وجود آمد: نخست، انقلاب در فن آوری اطلاعات؛ دوم، بازسازی اجتماعی اقتصادی سرمایه داری و دولت گرایی؛ و سوم، جنبش های فرهنگی و اجتماعی که در دهه ۱۹۶۰ در امریکا و اروپای غربی سر برآوردند. در حالی که این دگرگونی های اجتماعی چندبعدی، موجب بیان های اجتماعی و فرهنگی گوناگون در هر بافت نهادی علمی می شوند، کاستلز معتقد است از نظر برون داد وجه اشتراکاتی دارند که اگر در خود فرآیند نباشد، در سطح شکل گیری فرم های اجتماعی جدید و ساختار اجتماعی خواهد بود. در ریشه های

۱- Chandrasekhar Vallath,"The technologies of convergence." Electronic communication convergence, Policy challenges in Asia, New Delhi: Sage, ۲۰۰۹, pp ۳۳-۴۷.

ص: ۸۳

جامعه جدیـد با همه تکثری که دارد یک ساختار اجتماعی جدید با نام جامعه شـبکه ای وجود دارد.(۱) در این راستا، گستره وسیع اینترنت با امکانات شـبکه سازی بسیط خود، بستر تعامل و تقویت روابط اجتماعی را گسترانده، به گونه ای که پیش تر هرگز تصویر نمی شـد و در واقع، ترکیب شـبکه سـازی اجتمـاعی، با فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی(۲) به حالت های جدیـد برقراری ارتباط انجامیـده است. همـان گونه که ولمن بیان می کنـد، در سال های اخیر، سیسـتم های رایانه ای با مرتبط ساختن مردم و سازمان ها به طور عمیقی اجتماعی شده و بازتاب دهنده نظر مانوئل کاسـتلز هسـتند که ما در حال انتقال از جوامع مبتنی بر گروه به جوامع شـبکه ای هستیم.(۳) این نظریه پرداز و اسـتاد دانشـگاه برکلی، جامعه شـبکه ای را محصول جهانی شـدن اطلاعات و ارتباطات می داند. به تعبیر وی، در تعامل میان انقلاب فن آوری اطلاعات، بحران در نظام اقتصاد سـرمایه داری و دولت سالاری و شـکوفایی جنبش های اجتماعی، فرهنگی، ساختار جدید اجتماعی یعنی جامعه شبکه ای و نیز ساختار جدید اقتصادی، یعنی اقتصاد اطلاعاتی جهانی و یک فرهنگ نوین، یعنی فرهنگ مجاز واقعی متولـد شـده و در حال رشـد است.(۴) منطق شـبکه ای، عزمی اجتماعی پدیـد می آورد که مرتبه آن از سطح منافع اجتماعی خاصی که از طریق شبکه ها ابراز شده اند، فراتر است. به بیان بهتر، قدرت جریان ها از جریان های قدرت پیشی

---

۱ - Manuel Castells, Power and Counter-power in the Network Society, International Journal of Communication, ۲۰۰۷, ۱ (۱), pp ۲۳۸–۶۶.

۲ - ICT.

۳ - Cachia Romina, Ramón Compañó Olivier Da Costa, Grasping the potential of online social networks for foresight, Technological Forecasting and Social Change, ۲۰۰۷, ۷۴(۸), pp ۱۱۷۹-۱۲۰۳.

۴ - Manuel Castells, Toward Sociology of the Network Society, UK: Oxford, ۱۹۹۶.

ص: ۸۴

می گیرد. غیبت یا حضور در شبکه، و پویایی هر شبکه در برابر دیگر شبکه ها، منابع حیاتی سلطه و تغییر در جامعه هستند. به این ترتیب، جامعه ای را می توان به درستی جامعه شبکه ای نامید که ویژگی آن، برتری ریخت اجتماعی بر کنش اجتماعی باشد.(۱) در واقع، شبکه های دیجیتال از این نظر هیچ محدودیتی از حیث ظرفیت پیکربندی دوباره خود ندارند و جهانی اند. بنابراین، یک ساختار اجتماعی که زیرساخت آن بر شبکه های دیجیتال مبتنی است، طبق تعریف، جهانی پنداشته می شود و جامعه شبکه ای، جامعه ای جهانی است.

با این حال، این بدان معنا نیست که افراد در هر کجای جهان در این شبکه ها مشارکت دارند. در واقع، شماری از آنها نقشی در این گستره نخواهند داشت، ولی همگی تحت تأثیر فرآیندهایی هستند که در شبکه های جهانیِ مبتنی بر این ساختار اجتماعی، الگوی مسلط تلقی می گردند. فعالیت هایی محوری نیز که حیات انسانی را در هر نقطه از جهان شکل می دهند و کنترل می کنند، در این شبکه های جهانی سازمان دهی می شوند. مثلاً بازارهای مالی، تولید فراملیتی، مدیریت، توزیع کالاها و خدمات، نیروی کار بسیار ماهر، دانش و فن آوری، رسانه های ارتباطی، فرهنگ، هنر، ورزش، نهادهای بین المللی که اقتصاد جهانی و روابط میان دولت ها را مدیریت می کنند، مذهب، سازمان های مردم نهاد فراملیتی که بر حقوق و ارزش های یک جامعه مدنی جدید و جهانی تأکید می کنند، همه جلوه هایی از این تغییر بزرگ هستند.(۲) نقاط

۱- Toward sociology of the net work society, uk: oxford, ۱۹۹۶.

۲ - Manuel castells, informationalism, networks, and the network society: A theoretical blueprint, text published in the network society: a croos – cultural perspective, northampton: Edward elgar, ۲۰۰۴.

ص: ۸۵

مشترک جامعه از شبکه های الکترونیک ساخته می شوند و ابزار این شبکه ها، رسانه هایی هستند که میراث عصر رسانه های توده ای اند، ولی به واسطه دیجیتالی شدن عمیقاً تغییر کرده اند یا تحت تأثیر سیستم های جدید ارتباطی قرار گرفته اند که حول اینترنت پدید آمده است. این مسئله در فرهنگ جدید، بدان معنا نیست که شهرها از بین رفته اند یا تعامل چهره به چهره، مربوط به گذشته است. در واقع، شاهد گرایش متضادی هستیم: هرچه در فضای الکترونیک، ارتباطات بیشتری صورت گیرد، افراد بیشتری می توانند بر فرهنگ و تجربه خود در مناطق بومی تأکید کنند.(۱)

کاستلز مهم ترین ویژگی های جامعه شبکه ای را مواردی از این دست برمی شمارد. در رویکرد جدید اقتصاد اطلاعاتی جهانی بهره وری و رقابت در فعالیت های کشاورزی، صنعت و خدمات میان بنگاه های تجاری در سراسر جهان بیش از هر زمان دیگر بر معرفت، دانش و اطلاعات و فن آوری لازم برای پردازش اطلاعات مبتنی گشته است. ماهیت این اقتصاد چنان است که بخش ها، بازارها و افراد را به یکدیگر مرتبط می سازد و در یک چرخه تولید سود، به همکاری وامی دارد و افراد، بازارها و بخش های فاقد امکانات را از محدوده فعالیت های سودآور خود طرد می کند.(۲)

کاستلز در خصوص فعالیت های شبکه ای نیز این فعالیت ها را نوع تازه ای از سازمان و تشکیلات می داند که مشخصه فعالیت اقتصادی جهانی همچون شرکت های چندملیتی، شبکه های تولید و توزیع مواد

۱- Power and Counter-power in the Network Society, p ۴۶.

۲- Ibid.

ص: ۸۶

مخدر، کالاهای قاچاق و شبکه فعالیت های اقتصادی دولت است. البته فعالیت های شبکه ای را صرفاً به حوزه اقتصادی محدود نمی کند و گستره عملکرد اقدامات شبکه ای را مستلزم دگرگونی هایی در ساختار مشاغل و انجام کار ها از صورت رسمی، طولانی و مادام العمر به مشاغل پاره وقت، خوداشتغالی و اشتغال موقت می داند. به زعم وی، ظهور قطب های متقابل بین آنانی که صاحب اطلاعات هستند و آنانی که این توانایی را ندارند، از رهگذر فرآیند جهانی شدن، شبکه ای شدن فعالیت های اقتصادی و در واقع، تضعیف نهادهای اجتماعی همچون اتحادیه های کارگری و دولت رفاه بدیهی می نماید.(۱) فرهنگ عصر اطلاعات نیز در چارچوب انتقال نمادها به وسیله واسطه های الکترونیک شکل می گیرد و فضای مجازی با اطلاعات متنوع و متکثر درونی خود، به جزئی از واقعیت اجتماعی مبدل می شود و در فضایی که فرهنگ، متکی به واقعیت مجازی است، سیاست بر بال رسانه قرار می گیرد. این بدان معناست که سیاست مداران برای بقا، حضور در صحنه و اثرگذاری بر روند تحولات، مجبورند از رسانه های حامل نمادهای الکترونیک سود جویند و هر چه بیشتر بر برجسته کردن عدم مشروعیت سیاسی و نقاط ضعف دیدگاه های رقیب تأکید نمایند.(۲)

توسعه فن آوری های ارتباطات را می توان به عنوان تجزیه تدریجی مجاورت و اشتراک زمان درک کرد که کاستلز از آن با عنوان زمان بی زمان و فضای جریان ها یاد می کند و در پی آن، تغییر در مفهوم زمان و مکان به واسطه توسعه رسانه ها و از بین رفتن فواصل زمانی و مکانی را تبیین

۱- Ibid, p ۳۸.

۲- Ibid, p ۴۰.

ص: ۸۷

می نماید. منظور از فضای جریان ها، امکان سازمانی اقدام هم زمان بدون مجاورت است. عمده کارکردهای مسلط در جامعه شبکه ای (بازارهای پولی، شبکه های تولید فراملیتی، شبکه های رسانه ای، اشکال شبکه ای، حاکمیت جهانی و جنبش های اجتماعی جهانی) حول فضای جریان ها سازمان دهی می شوند. با این حال، فضای جریان ها بی مکان است و از گره ها و شبکه ها تشکیل شده است؛ یعنی از مکان هایی که با شبکه های ارتباطی مبتنی بر الکترونیک به هم متصل شده اند و از طریق آنها جریان های اطلاعات تعاملی رخ می دهند. در جامعه شبکه ای، فضای جریان ها با بی نظم کردن زنجیره رویدادها و هم زمان کردن آنها، نقش زمان را کمرنگ می کند و ازاین رو، جامعه را در زودگذری ساختاری قرار می دهد. در واقع، فضا و زمان در عین حال با پیدایش یک ساختار اجتماعی جدید و به واسطه کشمکش ها بر سر شکل و برنامه های این ساختار، بازتعریف می شوند. در یک معنا، فضا و زمان بیانگر فرهنگ جامعه شبکه ای هستند.(۱) در ادامه، فرآیند بازسازی اجتماعی، الگوی فن آوری جامعه و ایجاد جامعه جدید شبکه ای را با تکیه بر خدمات تکوینی وب تبیین می کنیم.

بستر و زمینه شکل گیری جامعه شبکه ای

اشاره

بستر و زمینه شکل گیری جامعه شبکه ای

رسانه ها در چند نسل گوناگون طبقه بندی می شوند. نسل اول رسانه ها، رسانه های لین بک(۲) هستند؛ رسانه هایی که مخاطب در کمال آرامش و در حال استراحت از آن استفاده می کند. به همین دلیل است که در رسانه ای مثل سینما، راحتی صندلی ها و فضای سینما، به اندازه فیلمی که روی

۱- مانوئل کاستلز، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه: حسن چاووشیان, ج ۲.

۲- Lean-back.

ص: ۸۸

پرده است، اهمیت دارد. نهـایت ارتباط و تعاملی که مخاطب با این نوع رسانه برقرار می کنـد، در حـد کنترل فردی است. تلویزیون، رادیو، سینما و بسیاری از رسانه های مشابه دیگر، در شمار رسانه های لین بک هستند.

۱. نسل اول وب؛ وب۱

اشاره

۱. نسل اول وب؛ وب۱

مهم ترین هدف این رسانه ها، تفریح و سرگرمی سازی است. در این رسانه ها مسیر جریان یافتن اطلاعات و انتقال پیام از رسانه به سمت کاربر است. وب۱(۱) در شمار رسانه های لین بک قرار می گیرد، نوعی از صفحات اینترنتی است که کاربر، حداقلِ تعامل را با آنها برقرار می کند.

برای نمونه، سایت یک خبرگزاری در وب ۱، شامل خبرهایی است که روی آن آپلود می شود و در سرور(۲) سایت قرار می گیرد. بدین ترتیب در وب ۱، یک تولیدکننده اطلاعات وجود دارد که محتوا را روی وب می گذارد و گروه های مصرف کننده اطلاعات یا محتوا هستند که به آن مراجعه می کنند. مدلی که برای وب۱ می توان ترسیم کرد، مدل یک به چند است.

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

نمودار ۵ ۳: نحوه تعاملات در وب ۱

نمودار ۵ ۳: نحوه تعاملات در وب ۱

۱- Web ۱.۰.

۲- Server.

ص: ۸۹

وب ۱ چند ویژگی دارد: نخست آنکه، غیر تعاملی است و جریان اطلاعات به طور یک جانبه به سمت کاربر است. دیگر آنکه، سرعت اتصال به اینترنت در وب۱ پایین است. این ویژگی از آن نظر است که وب ۱ متعلق به نسل گذشته است و در نسل اول رسانه های «لین بک» قرار می گیرد. وب ۱ همچنین مشکل بزرگی دارد و آن این است که با تعداد محدودی تولیدکننده محتوا، درصدد تغذیه تعداد نامحدودی مخاطب است. در این نسل وب، تعداد قابل توجهی کاربر که هر کدام می توانند ایده ای داشته باشند و محتوایی تولید کنند و به اشتراک بگذارند، نادیده گرفته می شوند. بدین ترتیب، خلاقیت های فراوانی که می تواند به تولید محتوا بینجامد، از دست می رود. این مشکل در وب ۱ سبب شد تا تدابیری برای شکل گیری نسل دوم رسانه ها اندیشیده شود.

۲. نسل دوم وب؛ وب ۲

اشاره

۲. نسل دوم وب؛ وب ۲

نسل دوم وب با اصطلاح لین فوروارد(۱) شناخته می شود که در آن، تمایل کاربر به سمت رسانه، نمایان است. استعاره خم شدن به سمت رسانه، به معنای تعامل پیدا کردن با رسانه است. در این نسل، کاربران از حد مصرف کننده مطلق اطلاعات فراتر می روند و به مشارکت جدی در تولید محتوای رسانه ها می پردازند. البته این تعامل در رسانه های دیگر نیز رخ داد. برای نمونه، نشانه هایی از تعامل موجود در وب۲(۲) را می توان در تلویزیون نیز دید. فن آوری های جدید تلویزیون مثل تلویزیون تعاملی،(۳) این امکان را می دهد که محتوای مورد نظر کاربر به

۱- Lean Forward.

۲- Web ۲.۰.

۳- IPTV.

ص: ۹۰

تلویزیون انتقال یابد و در زمان بندی مورد نظر پخش شود. همچنین امکان اظهار نظر در همان فضا و درباره محتوای تولیدشده وجود دارد. نسل دوم رسانه ها به جز توانمند ساختن کاربران، هدف دیگری نیز داشت و آن بازتولید خود در فضای رسانه بود. برخلاف نسل اول که جریان اطلاعات، فقط در دانلود کردن محتوا خلاصه می شد، در نسل دوم رسانه ها جریان اطلاعات متمایل به آپلود کردن است و اطلاعات از کاربر به سمت رسانه جاری است.

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

نمودار ۶ ۳: نحوه تعاملات در وب ۲

نمودار ۶ ۳: نحوه تعاملات در وب ۲

وب ۲ تلاشی برای تبیین اهمیت مجموعه ای از برون داده هاست که فن آوری های وب در اختیار ما گذاشته اند. وب ۲، در واقع نسخه ای جدید، ارتقا یافته و کاربر سازنده از وب ۱ و واژه ای فراگیر است که می کوشد چارچوب ایده هایی را نشان دهد که به تلاش برای درک جلوه های این خدمات جدیدتر وب در بافت فن آوری هایی مربوط است که آنها را تولید کرده اند. تیم اوریلی، بنیان گذار شرکت اوریلی که ابداع

ص: ۹۱

واژه وب طی بحث گرومی آنها درباره آینده وب صورت پذیرفت، در مقاله مشهور خود با عنوان «وب ۲ جیست؟ الگوهای طراحی و مدل های کسب و کار برای نسل بعدی نرم افزار به شکل دقیق نشان می دهد منظور از این واژه چیست:

وب ۲ شبکه ای است که مانند یک سکو تمام سیستم های مربوطه را به هم وصل می کند. کاربردهای وب ۲ آنهایی هستند که بیشتر مزایای طبیعی این سکو را تامین می کنند. تحویل نرم افزار، به عنوان سرویسی تا مرتباً در حال به روز شدن و بهتر شدن است و موجب افزایش کاربران میشود. تک کاربرانی که هنگام تامین اطلاعات شخصی و خدماتشان آنها را از منابع مختلف مصرف. بازآمیزی و ترتیب مجدد می نمایند. به شکلی که قابلیت اصلاح آن به واسطه دیکران وجود داشته باشد، اطلاعات همچنین به دلیل مشارکت و پشت سر گذاشتن وب(۱) و برای ارائه تجارب غنای کاربران اثرات شبکه ای ایجاد می شود.(۲)

اوریلی در این مقاله، کاربردهایی همچون مشارکت و تجربیات غنی کاربران را یادآور میشود که همراه با فن آوری های نرم افزار اجتماعی، هستند. قابلیت به کارگیری این فن آوری بر استانداردهای معروف وب ۱ مبتنی است، ولی شماری از خدمات و کاربردهای مبتنی بر وب وجود دارند که نشان دهنده بنیان مفهوم وب ۲ هستند. این موارد فن آوری

---

۱ - What is Web ۲.۰: Design Pattems and Business Models for the Next Generation of Software

۲ - Tim Oreilly, "What is Web ۲.۰: Design pattems and business models for the next generation of software, "Communications strategies, ۲۰۰۷, ۶۵.

ص: ۹۲

نیستند، بلکه خدمات یا فرآیندهای کاربر هستند که با استفاده از فن آوری ها و استانداردهایی ساخته می شوند که از اینترنت بهره می گیرند. بسیاری از این کاربردهای فن آوری وب تا حد زیادی جا افتاده اند و سال های بسیاری است که از آنها استفاده می شود.(۱) از جمله این موارد می توان به وبلاگ ها،(۲) ویکی ها،(۳) فیدمای آراس اس،(۴) خدمات اشتراک چندرسانه ای،(۵) انتشار هم زمان محتوایی،(۶) بخش پادکست،(۷) و خدمات برچسب زنی محتوا(۸) و در نهایت شبکه های اجتماعی مجازی اشاره کرد.(۹) تفاوت میان نسل اول و نسل دوم رسانه ها، مدل های معمول را که ارتباطات رسانه ها را در سال اول تعریف می کرد، دگرگون ساخت. در نسل اول رسانه ها می توان از استعاره پیام به مثابه گلوله» استفاده کرده گلوله ای که رسانه به سمت کاربر یا مخاطب شلیک می کرد. این رویکرد و استعاره آن بر نسل دوم رسانه ها مترتب نیست و با دیدگاه های دهه های اخیر مربوط به ارتباطات رسانه ای منطبق است. در وب ۲ محتوا تولید و نشر می شود و تا زمانی که به مخاطبان منتقل گردد، هزاران بار تغییر می کند و بازنشر می شود. اگر در نسل اول رسانه ها از استعاره گلوله

استناد می شد. برخی معتقد ند در وب ۲ از استعاره پین بال(۱۰) می توان

۱- Paul Anderson. All That Glisters Is Not Gold'—Web ۲.۰ and the Librarian. Journal of Librarianship and Information Science, ۲۰۰۷, ۳۹(۴), p۴

۲- Weloge.

۳- Wikis.

۴- RSS Feeds.

۵- multimedia sharing services.

۶- content syndication.

۷- Podcasting

۸- content tagging services.

۹- What Is Web ۲.۰ Design Pattems and Business Models for the Next Generation of Software, p۳.

۱۰- Pinball

ص: ۹۳

استفاده کرد. پین بال، بازی رایانه ای است که در آن کاربر توپ رهاشده را تا جایی هدایت می کند که به مسیر دلخواه برسد. رسانه در نسل دوم، محتوایی را تولید می کند، ولی فقط تا زمان انتشار بر آن کنترل دارد و پس از آن ممکن است این محتوا به مسیرهای گوناگون هدایت شود. در واقع، دیگر پیام، گلوله ای نیست که مستقیم به هدف یا مخاطب بخورد. در وب ۲، پیام با طی مسیرهای مختلفی تغییر می کند و معلوم نیست به کدام مخاطب برسد. در نگاه کلان می توان دید که اساساً فیزیک رسانه ها دگرگون شده و در مقایسه با گذشته تحولات بیشتری نیز در مدل هایی پدیدآمده است که تعریف کننده ارتباط در رسانه ها هستند. تولیدات رسانه های نسل دوم شکل مردمی یافته و هر کسی می تواند محتوا تولید کند.

با ظهور نسل دوم رسانه ها، رسانه های گوناگون دچار همگرایی نیز شده اند، به گونه ای که رادیو و تلویزیون در اینترنت قابل دسترسی است و روی گوشی تلفن همراه، می توان از اینترنت استفاده کرد. رسانه های نسل دوم به رسانه های اجتماعی معروف هستند با این تعریف که تک تک افراد اجتماع، در تولید، توزیع و مصرف رسانه سهیم می شوند. برای استفاده از رسانه های نسل دوم، کاربر الزامی به قرار گرفتن در مکانی خاص ندارد. رسانه های نسل دوم، به جایی خاص محدود نمی شوند و هزینه های بازتولید در رسانه های نسل دوم صفر است. با استفاده از امکان به اشتراک گذاری در وب۲ به راحتی می توان محتوا را بازنشر کرد. رسانه وب۲ متشکل از سرورها، ابزارها و نرم افزارهای تحت وبی است که به افراد اجازه می دهد اطلاعات را به اشتراک بگذارند.

ص: ۹۴

تفاوت میان وب۱ و وب۲ با یک مثال روشن می شود. نسخه وب ۱ سایت خبری را در نظر بگیرید. متنی را در اختیار کاربر می گذارد و او پس از مطالعه، هیچ مشارکتی با آن رسانه ندارد. همین سایت در نسل دوم وب به تولید خبر می پردازد. کاربر خبر را می بیند و می تواند درباره آن نظر بگذارد، نظرهای دیگران را ببیند و درباره آنها هم نظر بدهد، و حتی می تواند به محتواهای دیگر که به آن خبر مربوط است، پیوند دهد. همچنین می تواند محتوا یا خبر را بازنشر کند و آن را در شبکه های اجتماعی مختلف به اشتراک بگذارد. اگر در نسل اول وب، یک تولید کننده محتوا، با صدها هزار مصرف کننده محتوا ارتباط برقرار می کرد (ارتباط یک به چند) در وب۲ هزاران نفر به هزاران نفر مرتبط می شوند (ارتباط چند به چند). برای مثال در فیس بوک یا تویتر، تولید کننده محتوا یک نفر نیست، همه تولید کننده محتوا هستند و همه مصرف کننده آن نیز به شمار می آیند. نظام وب ۲، تعامل چند به چند با یک هسته مرکزی به نام اینترنت است. سازمان های رسانه ای در سال اول رسانه ها به مثابه ظرفی عمل می کردند که تولید کننده محتوا آنها را تغذیه می کرد و محتوای یاد شده از سوی رسانه به مخاطب منتقل می شد. در نسل دوم، نقاشی سازمان هایی رسانه ای در سطح ایجاد کننده یا تسهیل کننده انتقال محتوا است. این رسانه ها تنها ظرفی خالی ایجاد می کنند و وظیفه تأمین محتوا به عهده کاربر است. برای مثال، در سایت فیس بوک هیچ محتوایی تولید نمی شود و تمام محتوا از سوی کاربران آن تولید می شود و در اختیار همه قرار می گیرد.

ص: ۹۵

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

نمودار ۷ ۳: مقایسه نحوه تعاملات در وب ۱ و وب ۲

نمودار ۷ ۳: مقایسه نحوه تعاملات در وب ۱ و وب ۲

از ویژگی های دیگر وب ۲ افزایش سرعت اتصال به اینترنت است که در حقیقت از مقتضیات شرایط جدید این نسل به شمار می آید، ولی مهم ترین ویژگی وب ۲، اجتماعی بودن آن است و وبلاگ های متنوع، از مظاهر این ویژگی در وب ۲ شمرده می شوند.

باید توجه داشت که میان رسانه های اجتماعی و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد. شبکه های اجتماعی، جزئی از انواع گوناگون رسانه های اجتماعی هستند. از رسانه های اجتماعی می توان به وبلاگ ها، میکروبلاگ ها، و سایت های به اشتراک گذاری محتوا مثل ویدئو و عکس اشاره کرد. به این ترتیب، توییتر را نمی توان یک شبکه اجتماعی دانست؛ زیرا در دسته بندی ها، جزو میکروبلاگ ها قرار می گیرد؛ ازآن رو که کاربر می تواند محتوای خیلی کوچکی را به واسطه آن به اشتراک بگذرند.

ص: ۹۶

گرچه با ظهور وب ۲ و امکان تعامل فراوان میان تولیدکنندگان و کاربران، بسیاری از محدودیت های وب ۱ برطرف شد، در همین حال، معضل بزرگی نیز به وجود آمد: در این نسل از رسانه، تعداد فراوانی کاربر مشارکت می کنند که به تولید حجم انبوهی از محتوا می انجامد. در چنین وضعی، هنگامی که کاربر با حجم زیادی از محتوا روبه رو شود و نتواند آنها را طبقه بندی کند، نمی تواند از آن بهره برد؛ همچون فردی که از بین هزاران کتاب مورد علاقه اش، نمی تواند یکی را برای مطالعه برگزیند.

۳. نسل سوم وب؛ وب ۳

اشاره

۳. نسل سوم وب؛ وب ۳

در فرآیند تکامل وب، به مرحله هوشمندسازی اطلاعات و ظهور وب ۳ می رسیم. حجم فراوان اطلاعات و عدم امکان طبقه بندی این اطلاعات در وب ۲، به آن انجامید تا نتوان به عنوان یک کاربر معمولی بهترین بهره را از آن برد. در چنین شرایطی، این فضای مجازی، نیازمند سرورهایی هوشمند است تا بتوان اطلاعات را طبقه بندی و تلخیص شده در اختیار کاربر قرار داد. برای مثال، گرچه اَلگوریتمی که در گوگل برای شاخص گذاری اطلاعات وب و ارائه نتایج استفاده می شود، بسیار پیچیده است، ولی به دلیل انباشت فراوان اطلاعات و اینکه کاربر نمی تواند به آسانی اطلاعاتی را که دقیقاً مورد نیاز اوست پیدا کند، فن آوری رسانه، وب ۳(۱) را در دستور کار قرار می دهد.

وب معنایی یا وب ۳ نوعی الگوریتم معنایی است که به طور خودکار امکان فهم و برآورده ساختن تقاضای افراد را برای جست وجو در

۱- Web ۳.

ص: ۹۷

محتوای وب فراهم می سازد. عمدتاً وب معنایی به اطلاعات ساختار نیافته، ساختار می بخشد. ازاین رو، کاربران برای جست وجوی اطلاعات، زمان کمتری صرف خواهند کرد؛ در عین حال که در تولید محتوا مشارکت فراوانی دارند.(۱)

وب ۳ را وب هوشمند می نامند؛ زیرا می تواند معانی را درک کند. بسیاری وب ۳ را، وب معنایی(۲) می دانند؛ چون در این شبکه، طبقه بندی و دسته بندی اطلاعات، پیش از انتقال آنها به کاربر، از سوی ماشین های هوشمند انجام می شود.

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

نمودار ۸ ۳: نحوه تعامل در وب ۳

نمودار ۸ ۳: نحوه تعامل در وب ۳

وب ۳ بر آن است تا با ارزش گذاری بر اطلاعات، آنها را برای استفاده افراد مختلف در زمان ها و مکان های متفاوت و در شرایط گوناگون، مهیا سازد. انباشت اطلاعات در فضای مجازی سبب شده مفهومی با نام

۱- it.toolbox.com, ۲۰۱۱

۲- Semantic Web.

ص: ۹۸

«اقتصاد توجه در رسانه ها» به وجود آید. صاحبنظران بر آن اند که در عصر تحولات

شتابان فن آوری هـای اطلاعـات و ارتبـاط، جـذب تـوجه مخاطبـان از طریق رسانههـا به سـادگی گذشـته نیست. «دنیـای نو، دنیـای چندصـدایی است. از دنیای بسـته و انحصاری به دور است. خانهها پر از امواج گوناگون شدهانـد. اطلاعات هر روز بیشتر میشود؛ به نحوی وسـیعتر توزیع میگردد و انسانها مسـتغرق در دنیای رسانهای و اطلاعات انـد. در مقابل، توانایی و ظرفیت مغز آدمیان محـدود است. لذا اطلاعات تولیدشده و موجود در محیط باید با گذر از فیلترهای لگاریتمی و در یک رقابت شدید، به صور مختلف به ذهن راه یابـد و درک شود. در نتیجه، تنها تولیـد وسیع و توزیع درست اطلاعات کافی نیست، بلکه جلب توجه انسانها، مـد نظر و هـدف ارتباطات است. اگر مخاطب توجه نکند یا توجهی سطحی نشان دهد، تمام تلاشها بر باد رفته است. از همین رو، شاخه ای در دنیای ارتباطـات بـا نام اقتصاد توجه پدیـد آمـده است که در آن، سـخن از شـیوه ها و فنونی است که میتوان از طریق آن دو دنیای متناهی ذهن آدمیـان و نامتنـاهی اطلاعـات را تحلیل کرد و سـپس شـیوههای رسوخ به دنیای ذهن را فراهم کرد.»(۱) ازاین رو، اکنـون مهم ترین دغـدغه موجود در رسـانه هـا، جلب توجه بیشـتر مخاطبـان به منظور سودآوری بیشتر است. این موضوع نیز یکی از دلایـل مهم روی آوری به نسل سوم رسانه به شمار می آید.

درباره نام این وب اتفاق نظر وجود نـدارد. اگر نسل اول رسانه ها لین بک (لمیده به عقب) و نسل دوم لین فوروارد (خمیده به جلو) نامیده

۱- علیاکبر فرهنگی و دیگران، «توجه؛ حکمرانی جدید در اقتصاد رسانه»، فصلنامه پژوهش های ارتباطی، ۱۳۸۹، ش ۶۳، ص ۹۶.

ص: ۹۹

می شود، برای نسل سوم، اصطلاح جامپ این(۱) (پریدن به داخل محتوا) پیشنهاد شده است. به عبارتی، زندگی کاربر در اتحاد با رسانه قرار می گیرد. گرچه بسیاری، ظهور نسل چهارم و پنجم رسانه ها را نیز پیش بینی کرده اند.

با مرور کلی می توان سه نسل از وب را چنین توضیح داد که در وب ۱ محتوا تولید می شد و در اختیار مصرف کننده قرار می گرفت. در وب ۲، تولیدکننده و مصرف کننده نقش واحدی یافتند و کاربران نیز محتوا تولید کردند و به اشتراک گذاری آن پرداختند. در وب نسل سوم یا وب هوشمند، ماشین هوشمندی طراحی شده که می تواند اطلاعات را دریافت، پردازش و طبقه بندی کند و آنها را متناسب با کاربران خاص در اختیار قرار دهد.

وب ۳، همچنین به استفاده از برخی فن آوری ها روی آورده که کارکرد نظامی و امنیتی داشته اند. سیستم تشخیص صدا و تبدیل آن به متن یا ترجمه آن، از فن آوری هایی است که در وب ۳ استفاده می شود. همچنین تجزیه و تحلیل تصویر یا فهم ماشین از تصویر، که در وب ۲ نیز عملیاتی شده، از دیگر ویژگی های وب ۳ است. اکنون سرور گوگل می تواند در کمتر از چند ثانیه، یک تصویر را تجزیه و تحلیل کند و درباره آن اطلاعاتی ارائه نماید. این موارد از فن آوری هایی است که کاربرد امنیتی نظامی داشته اند و اکنون در فضای مجازی رسانه کاربرد یافته اند.

دیدگاه های مختلفی درباره چگونگی فن آوری های وب ۳ مطرح است. اشمیت، مدیرعامل سابق گوگل در اظهارنظری دراین باره گفته است: وب

۱- Jump In.

ص: ۱۰۰

۲ [از نظر اجتماعی بودن] کلمه ای تجاری برای سودآوری بود، ولی می توانم حدس بزنم وب ۳ از نرم افزارها و چیزهایی است که بر اساس استاندارد آژانس طراحی می شود.

به نظر می رسد نرم افزارهای نسل بعدی خدمات و نرم افزارهای تحت وب، به نوعی همگرایی خواهند رسید؛ به گونه ای که محتوای آنها در سرورها قرار می گیرد و از طریق رایانه ها و تلفن های همراه از آن استفاده می شود. احتمالاً نرم افزارهای لازم نیز از طریق شرکت گوگل در اختیار کاربران قرار خواهد گرفت.

در یک تصویر کلی می توان پیش بینی کرد در وب ۳ نرم افزارها هوشمند می شوند و قابلیت درک زبان انسان ها را خواهند داشت. سیر تطوّر زبان های برنامه نویسی از ابتدا تاکنون نشان می دهد این زبان ها در مسیر حرکت خود به تدریج به زبان انسان نزدیک تر شده اند. بنابراین، دور از انتظار نیست اگر در آینده نه چندان دور، ماشین، زبان انسان را بفهمد.

از ویژگی های دیگر نسل سوم وب، این است که ساختار آنها بر اساس نرم افزارهای منبع باز،(۱) طراحی شده است؛ به گونه ای که از قابلیت ارتقا و تغییر کدهای نرم افزاری برخوردارند و دسترسی مستقیم به کدهای آنها فراهم است. وب ۳ احتمالاً ـ منبعی باز، مبتنی بر سکوی اجتماعی خواهد داشت. در این نسل از رسانه یک هویت باز(۲) وجود دارد که بر اساس آن کاربر به راحتی می تواند با حساب کاربری واحد، هویت قابل تعریفی در تمام سایت ها داشته باشد.

۱- open source.

۲- open identity.

ص: ۱۰۱

همچنین در وب ۳ کاربر بدون توجه به اینکه عضو کدام سایت اجتماعی است، می تواند هم زمان از ابزار های گوناگونی استفاده کند و خدمات مختلف را دریافت نماید. به عبارتی، نوعی یکپارچگی میان اپراتورهای مختلفی که این خدمات را ارائه می دهند، به وجود می آید؛ به گونه ای که کاربر می تواند عضو فیس بوک باشد، ولی از گوگل پلاس استفاده کند. به این ترتیب، اطلاعات کمتری روی هارددیسک یا کارت حافظه یا سیم کارت کاربر ذخیره می شود؛ زیرا بیشتر اطلاعات در سرورها قرار گرفته است. کاربر در این فضا می تواند در هر محیطی کار کند و مطمئن باشد که اطلاعاتش در سرورها محفوظ می ماند؛ چون پس از هر فعالیتی در این فضا، اطلاعات به طور خودکار آپلود می شود و در حافظه سرور قرار می گیرد.

لطفاً برای دیدن تصویر به فایل پی دی اف مراجعه کنید

نمودار ۹ ۳: تحولات درون شبکه ای از وب ۱ تا وب ۳

نمودار ۹ ۳: تحولات درون شبکه ای از وب ۱ تا وب ۳

ص: ۱۰۲

در جدول ۲ ۳ تفاوت های وب ۱، ۲ و ۳ مشخص شده است.

جدول ۲ ۳. تفاوت های وب ۱، وب ۲ و وب ۳

جدول ۲ ۳. تفاوت های وب ۱، وب ۲ و وب ۳

عملکرد وب ۳

عملکرد وب ۲

عملکرد وب ۱

هوشمندسازی و معنابخشی

مشارکت(۱)

انتشار(۲)

نمونه برجسته: شبکه های اجتماعی

نمونه برجسته: ویکی پدیا(۳)

نمونه برجسته: دایره المعارف آنلاین بریتانیکا(۴)

تری دی مدیا و سکند لایف

نمونه فراگیر: وبلاگ ها

نمونه فراگیر: وب سایت های شخصی(۵)

ساختاردهی و معناسازی

ویکی ها(۶)

مدیریت محتوا(۷)

برآوردن رضایت کاربر از طریق هوش مصنوعی

برچسب زنی (فردمحوری جمعی)(۸)

سیستم های رده بندی(۹)

الگوریتم معنایی

دریافت مطالب بدون نیاز به بازدید وب سایت (آر‌اس اس(۱۰))

اتصال و پیوند مطالب(۱۱)

۱- Participation.

۲- Wikipedia.

۳- Publishing.

۴- Britannica Online.

۵- personal websites.

۶- Wikis.

۷- content management.

۸- folksonomy (tagging).

۹- taxonomy (directories).

۱۰- Syndication.

۱۱- Stickiness.

ص: ۱۰۳

فصل چهارم:نقش رسانه های نوین در تحولات بین المللی

اشاره

فصل چهارم:نقش رسانه های نوین در تحولات بین المللی

زیر فصل ها

مقدمه

روندهای کنونی جامعه اطلاعاتی و دیپلماسی

انقلاب اطلاعات و دیپلماسی

تأثیر جانبی تحول و انقلاب اطلاعات بر دیپلماسی

مدیریت اطلاعات

امنیتی کردن اطلاعات و سیستم

دیپلماسی سایبر (مجازی)

فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی به عنوان تقویت کننده و تعدیل کننده قدرت نرم و سخت در روابط بین الملل

مدیریت روابط بین بازیگران اصلی دیپلماسی

مدیریت وجهه در نظام بین المللی

هیئت های دیپلماتیک مجازی

تأثیر عصر دیجیتال بر هیئت های دیپلماتیک

تحلیل قوّت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک مجازی

ارتباطات میان فرهنگی و رسانه های نوین

نحوه شکل گیری جنبش های اجتماعی و سیاسی در فضای مجازی و نحوه تغییر آنها در طی زمان

جنبش های اجتماعی جدید

فضای مجازی و جنبش های نوین اجتماعی

سازمان های جنبش های اجتماعی و رسانه های نوین

گروه های رادیکال و فضای مجازی

ص: ۱۰۴

ص: ۱۰۵

مقدمه

مقدمه

در فصل پیش، درباره دیدگاه های گوناگون مرتبط با فضا و محیط رسانه ای نوین بحث کردیم. در حقیقت، بدون آگاهی از فضا و محیط رسانهای نوین و دیدگاههای مختلف درباره آن، بحث از نقش آفرینی رسانههای نوین، مشکل و تا حدی ناممکن است. آشنایی با دیدگاه های مختلف درباره رسانه های نوین و فضای رسانهای جدید، چشم انداز و فضایی گسترده برای بررسی و تبیین نقش چنین رسانه هایی در ابعاد سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی باز می کند.

این فصل با توجه به مباحث فصل پیش، بر نقش رسانه های نوین در تحولات بینالمللی متمرکز است. در مرحله نخست، نقش رسانه های نوین را در دیپلماسی و روابط بین الملل تبیین می کنیم و در ادامه، به نقش رسانه های نوین در جنبش های اجتماعی می پردازیم. این دو موضوع، از مهم ترین مسائل در تحولات بینالمللی است و توضیح آنها می تواند چشم انداز روشنی از نقش رسانه های نوین در تحولات بینالمللی ارائه کند. کوشیده ایم تبیین هر دو موضوع، با توجه به تحولات کنونی یا تحولات سال های اخیر در جهان صورت گیرد که رسانه های نوین در بطن آنها سهم و نقش پررنگی بر عهده داشته اند.

ص: ۱۰۶

روندهای کنونی جامعه اطلاعاتی و دیپلماسی

روندهای کنونی جامعه اطلاعاتی و دیپلماسی

برای اینکه نقش جامعه اطلاعاتی را در دیپلماسی توضیح دهیم، باید ابتدا تعریفی از دیپلماسی ارائه کنیم. «دیپلماسی، شیوهای برای تنظیم و رسیدن به اهداف سیاست خارجی است. در این زمینه، کار اصلی دیپلمات ها، ارائه اطلاعات و مذاکره است.»(۱) برای اینکه دیپلمات ها اطلاعاتی را ارائه کنند، باید ابتدا اطلاعات گرد آوری شود. دیپلماسی به شدت به روش های مختلف ارتباطی و اطلاعاتی وابسته است و هرگونه پیشرفتی در ارتباطات یا هر نوع پیشرفت در فن آوری که ارتباطات را تقویت و بهتر می کند، بی گمان بر دیپلماسی اثر می گذارد. بنابراین، برای فهم تحول دیپلماسی و روابط بین الملل در دنیای کنونی، باید روند تحولات را در جامعه اطلاعاتی توضیح دهیم.

هنگامی که تلگراف در دنیای دیپلماسی به کار گرفته شد، دیپلماسی تحولی مفهومی یافت؛ به طوری که دیپلمات ها، امکان دریافت و فرستادن اطلاعات را به شکل خلاصه و با هزینه کمتر به دست آوردند. ظهور تلفن، ارتباطات را به شکل دیالوگ صدا و پیوسته امکان پذیر ساخت. کشتی های بخار دریایی، جایگزین کشتی های بادی، و قطار جایگزین اسب های حمل کننده پیام شدند. سپس، هواپیما ابداع شد و به شدت زمان سفر و ارتباط را کوتاه کرد. چنین تحولاتی، امکان سفر به نقاط خیلی دور را در زمانی خیلی کوتاه فراهم ساخت و این مسئله، سبب افزایش سفر دیپلمات ها و اجازه فعالیت بیشتر در عرصه دیپلماسی شد و تأثیر بسیار چشم گیری بر مذاکرات داشت.(۲) در طی دهه های

۱- Nikos christodolides, the internet diplomacy, american, ۶, ۲۰۰۵.

۲ - Eytan Gilboa, Global communication and foreign policy, Journal of Communication, ۲۰۰۲, ۵۲(۴), pp ۷۳۱-۷۴۸.

ص: ۱۰۷

گذشته، تحولات در عرصه فن آوری بسیار چشم گیر بوده و پیشرفت های عرصه فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی، به تحول اطلاعات انجامیده است. به واقع، جهان شاهد تحولات و نوآوری های بزرگ تری در عرصه دیجیتال بوده است و ما اکنون در عصر دیجیتال زندگی میکنیم. تولید و ایجاد ریزپردازنده ها بر بسیاری از حوزه ها اثر گذاشته و امروزه با تعداد بسیار زیادی از ابزارها و فن آوری های همه جا حاضر، روبه رو هستیم که بر عرصه روابط بینالملل و دیپلماسی اثر فراوانی گذاشته است.

ذخیره اطلاعات به شکل دیجیتال، ویژگی مهمی است که باید در عصر کنونی بدان توجه کرد و نتایج مختلفی در همه ابعاد سیاسی، اقتصادی و اجتماعی جوامع داشته است. رایانه های شبکه ای، ویژگی های اطلاعات ذخیره شده دیجیتالی را تکمیل می کنند تا اجازه انتقال سریع و روزافزون اطلاعات را از طریق شبکه های خصوصی (با دسترسی محدود) یا شبکه های عمومی مثل اینترنت بدهد.(۱)

هرچند مفهوم اینترنت به دهه ۱۹۶۹ برمی گردد، در دهه ۱۹۹۰ بود که اینترنت شهرت یافت و هم زمان با دیگر فن آوری های نوین ناشی از ریزپردازنده ها، تحول و انقلاب اطلاعات را پایه ریزی کرد. پایه اصلی تحول اطلاعات، شبکه جهانی وب بود. توانایی انتقال متن و تصویر به طور هم زمان از طریق اینترنت، دستاورد بی نظیر و چشم گیری بود که نقش مؤثری در جلب توجه تجارت و عموم داشت. همچنین، سیستم فرامتن،(۲) اطلاعات و ارتباط و پیوند آنها را بدون در نظر گرفتن محل شان برقرار کرد.

۱- Andrew Chadwick, Internet politics: States, citizens, and new communication technologies, Oxford University Press, ۲۰۰۶.

۲- Hypertext.

ص: ۱۰۸

در حقیقت، ایده وب گسترده جهانی، از سوی تیم برنرزلی در سال ۱۹۸۹ مفهوم سازی شد و توسعه یافت. پس از آن، وب، نماد اصلی پیشرفت فن آوری گردید و بر توسعه فرهنگی، تمرکززدایی از اطلاعات و جامعه اطلاعاتی اثر گذاشت که اکنون می بینیم. تا اواخر سال ۲۰۱۱، دسترسی اینترنت در سراسر جهان به بیش از دو میلیارد و دویست میلیون نفر رسید و هر روز بر تعداد کاربران اینترنت از نقاط مختلف جهان افزوده می شود.

در گذشته، ملت ها از طریق بازرگانان و فرستاده های آنها با یکدیگر ارتباط برقرار می کردند، ولی اکنون از طریق فیبر نوری، ماهواره ها، سیم ها و کابل در یک شبکه پیچیده و بدون کنترل مرکزی شبکه و در یک محیط رسانه ای نوین و همگرا با همدیگر ارتباط برقرار می کنند. جریانهای اطلاعات از مسیر خطی یک سویه به مسیرهای چندگانه پایگاه های رسانه ای تحول یافته اند که امکان ارتباطات مستقیم، دسترسی بیشتر به اطلاعات، اشتراک اطلاعات و توسعه بیشتر و بهتر را فراهم می کند. به واقع، وب از وضعیت ایستای وب ۱ که صرفاً یک خبردهنده بود، به وضعیت پویای وب ۲ رسید و با تعاملات و تبادلات به نسل بعدی، وب ۳ که دارای دریافت های عاطفی و حسی است، تبدیل شده است.

وب، رسانه های ارتباطی سنتی مثل تلویزیون، رادیو، روزنامه ها و تلفن را همگرا و به یک رسانه به نام اینترنت تبدیل کرد که منبع اصلی اطلاعات و ارتباطات در جهان شد. اشتراک گذاری فایل (ایمیل، کنفرانس ویدئویی، شبکه اجتماعی، انتقال اطلاعات بصری و صوتی و پادکست ها) ارائه ساده اطلاعات را به شکل پیچیدهتر تعاملی، کارآمد و سریع تحول داده است.(۱) نتایج تحقیقات در سال ۲۰۰۹ در امریکا نشان داد که یک امریکایی به طور متوسط

۱- it.toolbox.com, ۲۰۱۱.

ص: ۱۰۹

سیزده ساعت در هفته به جز ساعتهای فرستادن ایمیل، آنلاین است و مشغول وبلاگ نویسی، فعالیت در توییتر، فعالیت در سایت های شبکه های اجتماعی یا دنیای مجازی، دانلود و آپلود کردن اسناد و فیلم ها، اشتراک گذاری عکس ها، گشت و گذار اینترنتی، گرفتن برنامه های یادگیری الکترونیک یا خرید اینترنتی است.(۱) این اعداد هر سال افزایش می یابد و نشان دهنده علاقه روزافزون به ارتباطات، تعامل و دسترسی به اطلاعات میان عموم است.

در حقیقت، عصر دیجیتال، شهروندان را قدرتمند ساخته تا پیوندهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی خویش را به طور مستمر ارزیابی کنند. به علاوه، ارتباطات تجاری و رسمی و تبادلات به طور گسترده با استفاده از فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی در عصری انجام می گیرد که هر چیز سنتی با نوع جدید آن جایگزین می شود. دولت ها نیز به طور مشتاقانه اطلاعات را در حوزه عمومی به کار می گیرند و برای شهروندان، خدمات عمومی را به شکل آنلاین فراهم می کنند.(۲) ازاین رو، رشد فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی و در نتیجه، تحول و انقلاب اطلاعات بر رابطه دولت با عموم و شهروندان، شهروندان با دولت، و دولت ها با یکدیگر و دیپلماسی و روابط بین الملل اثر گذاشته است.

انقلاب اطلاعات و دیپلماسی

انقلاب اطلاعات و دیپلماسی

تحولات در عرصه فن آوری ها و رسانه های نوین، موجب بازاندیشی در سیاست خارجی کشورها در عرصه بین المللی شده تا بتوانند ارتباط

۱- Lance Whitney, Average Net user now online ۱۳ hours per week, December ۲۳, ۲۰۰۹, (http://news.cnet.com/۸۳۰۱-۱۰۲۳_۳-۱۰۴۲۱۰۱۶-۹۳.html (accessed March ۳۱, ۲۰۱۲.

۲- Sarah Oates, and Rachel K. Gibson, The Internet and politics: citizens, voters and activists, New York: Routledge, ۲۰۰۶.

خود را با تحول روابط بین الملل حفظ کنند. همه این دگرگونی ها با اینترنت پدیدار گشته و اینترنت، نیروی مهمی برای دیپلماسی مدرن شده است.

ابزارهای ارتباطی جدید، جریان رایگان محتوا و اطلاعات را فراهم ساخت. در نتیجه این تحولات، اطلاعات دیگر به مقامات رسمی دولتی محدود نشد و دسترسی عموم به بسیاری از اطلاعات میسر گردید. این امر به تضعیف انحصار اطلاعات از سوی دولت ها انجامید. در چنین شرایطی، ویژگی پنهانی دیپلماسی به طور گسترده کاهش یافت و یک ویژگی جدید شکل گرفت: شفافیت. شفافیت در روابط رسمی و خارجی و ارتباط با بخش خصوصی و عموم بیش از هر زمان دیگر، در نتیجه تحول اطلاعات پدید آمد. اطلاعات و اخبار به سرعت در محدوده جهانی و سریع قابل دسترس شد. در چنین حالتی، عموم می توانند در دیپلماسی، مشارکت و دخالت کنند. فعالیت و مشارکت رسانه ها و عموم به شکل خاصی از دیپلماسی موسوم به «دیپلماسی عمومی» انجامیده است.(۱)

تحول و انقلاب اطلاعات به طور پیوسته دیپلماسی عمومی را در مرکز دیپلماسی قرار داده است. دیپلماسی عمومی برای جلب حمایت عموم و نهادها، یعنی اشتراک آزادی ها و ارزش ها، تبادل ایده ها و تجربه هاست. دیپلمات ها باید در هر سطحی به افکار عمومی توجه داشته باشند و در جهت رضایت آنها بکوشند. اکنون عموم، آزادی بیشتری برای اعمال فشار بر تصمیم های دولت ها، به ویژه بر تصمیم های

۱- Robert M Entman, "Theorizing mediated public diplomacy: The US case," The International Journal of Press/Politics, ۱۳(۲), pp ۸۷-۱۰۲.

ص: ۱۱۱

راجع به تعهدات بین المللی یا منافع ملی دارند و در برخی از مواقع، اعمال فشار سبب فشار زیاد به دولت ها می شود.(۱)

تحول اطلاعـات به نهادهـا و سازمـان هـای مردم بنیـاد موجود و جدیـد، اجازه گسترش جهانی از طریق شـبکه های فراملی را داده و اعتبـار و نفوذ زیـادی برای آنها به ارمغان آورده است. مجموعه های مسـتقل بسـیاری در کشورهای مختلف، توانایی اشتراک عقاید درباره موضوعات خاص و فعالیت در روابط بین دولت ها را پیدا کرده اند. فعالیت کنشگران غیردولتی مثل شرکت ها، سازمان های غیردولتی، گروه هـای دارای منافع ویژه، جنبش های اجتماعی و حتی شـهروندان خصوصـی در امور دولت، به طور پیوسـته در حال افزایش است و این عمـل، دیپلماسـی دولتی و سـنتی را به تحلیـل برده است. قـابلیت دسترسـی بیشتر به فن آوری ارتباطـات، توانایی کنشگران غیردولتی و مردم را در دسترسی به افراد بیشتر فراتر از مرزها تقویت می کند و این فرآیند، کنترل و مدیریت امور خارجی را برای دیپلمـات هـا مشـکل می سازد؛ زیرا آنها بایـد افزون بر مـذاکره با سازمان های بین المللی و دیپلمات های دیگر کشورها، به کنش ها و مواضع فعالان غیردولتی نیز توجه کنند.

تحول اطلاعات و رشـد فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی جدیـد، عملاً اطلاعات را به منبع قـدرت و نفوذ ملی تبـدیل کرده است. اکنون، قدرت بین المللی بر حسب دسترسی به زیرساخت های ارتباطات جهانی و قدرت فن آوری و اطلاعاتی کشورها ارزیابی می شود. قدرت نظامی و

۱- Jan Melissen, "The new public diplomacy," Soft Power in International Relations, New York: Palgrave Macmillan, ۲۰۰۵.

ص: ۱۱۲

مـالی بـا قـدرت نرم جـایگزین شـده است. «قـدرت نرم، توانـایی به دست آوردن نتایـج مطلـوب در امور بین الملـل از طریق اقنـاع و رضـایت است؛ متقاعـد کردن دیگران در تبعیت، موافقت بـا هنجارهـا و نهادهـایی است که رفتار مطلوب را تولیـد می کننـد. محیط ارتباطی جدیـد با تأکیـد بر اطلاعات و دانش، بیشتر وابسـته به قـدرت نرم است. در واقع، فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی جـدید برای قدرت نرم مهم هستند و دسترسی مستقیم به کنشگران زیادی را امکان پذیر می سازند».(۱)

شبکه های جهانی و اینترنت در حال تحول ارزش ها، هویت ها و اعمال اجتماعی هستند. فن آوری های جدید، تجارت، مهاجرت و جریان سـرمایه را تسـریع بخشـیده و موجب ادغام اقتصاد جهانی شده است. این پدیده، «جهانی شدن» نام گرفته و به طور مسـتقیم به دیپلماسـی مربوط است؛ زیرا بر ماهیت روابط بین الملل اثر می گذارد. در چنین شـرایطی، استانداردهای عمومی، پدید آمده، تبادل اطلاعات، تسـریع بخشـیده شـده و فضایی برای همکاری بیشتر بین المللی فراهم آمده است. تعداد جلسات بین المللی افزایش یافته و بخشی از وظایف و کارهای روزانه دیپلماتیک شده است.(۲)

رشـد و تحول زیرسـاخت های اطلاعاتی و ظهور فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی جدیـد و فضای مجازی، نه تنها تعامل دیپلمات ها را در سـطح ملی و دولتی ممکن کرده و تسـریع بخشـیده، بلکه ارتباط و تعامل را در همه سـطوح امکان پـذیر ساخته است. چنین تعاملی در سطحی دیگر، ماهیت دیپلماسی را تغییر داده است. به طور کلی، تحول و انقلاب

۱- Todd Martin, "Virtual Diplomacy," A Student Journal of International Affairs, ۲۰۰۱.

۲- T. becker, c. slaton, the future of teledemocracy, Westport,ct: praeger, ۲۰۰۰.

ص: ۱۱۳

اطلاعات این امکان را فراهم کرده تا موتور قدرتمندی در ایجاد دگرگونی ها در عرصه امور خارجه شوند.

تأثیر جانبی تحول و انقلاب اطلاعات بر دیپلماسی

تأثیر جانبی تحول و انقلاب اطلاعات بر دیپلماسی

تحول اطلاعات، یک ویژگی اصلی جدید در دیپلماسی پدید آورده است: پدیده سرعت. جهان، پرآشوب و ناآرام شده و گاهی واکنش ها و تصمیم گیری های دیپلماتیک باید در عرض چند ثانیه انجام شود. رسانههای جهانی، اخبار را از سرزمین های دور به سرعت و به مجرد بیان تصمیمات دیپلماتیک از سوی دیپلمات ها ارائه می کنند. دیپلمات ها تحت فشار پیوسته برای تصمیم گیری سریع هستند. با وجود این، صرف نظر از اینکه تصمیم سریع صورت گرفته یا نه، ممکن است تأثیر جانبی داشته باشد.

اگر تصمیم گیری ها خیلی سریع تر انجام بگیرد، در آن صورت، دیپلمات ها ممکن است در فرآیند تصمیم گیری، عجولانه عمل کنند و برخی اطلاعات و حقایق مهم را هنگام ارزیابی و قضاوت از دست بدهند. در نتیجه تحول اطلاعات و فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، دولت ها و حکومت ها نمی توانند کاملاً به منابع رسمی اطلاعات بسنده کنند، بلکه باید رسانه های خبری و منابع مختلف اینترنتی را پایش نمایند. دیپلمات ها باید مجموعه اطلاعات غنی، پویا و جدید را کسب و ارزیابی کنند. برای تصمیم های خوب باید ایده های خوب داشته باشند و به همه منابع اطلاعاتی توجه نمایند. تصمیم گیری های دیپلماتیک، تأثیر گسترده ای بر آینده یک کشور یا یک منطقه دارد و هرگونه تصمیم گیری مبتنی بر سرعت زیاد، پی آمدهای گستردهای خواهد داشت. هر چند در موقعیت های خاص، دولت ها باید

ص: ۱۱۴

با دیگر دولت ها مشورت کنند و این مستلزم زمان طولانی برای تصمیم گیری است.(۱)

از سوی دیگر، در عصر تحول اطلاعـات و ارتباطات، به دلیل پخش فوری اخبار و اطلاعات و نقش کنشـگران گوناگون در عرصـه تصمیم گیری بین المللی، پاسخ و واکنش سریع نیازمند است و عدم پاسخ گویی سریع و موضع گیری در روابط بین الملل امروز، به شکست در عرصه فعـالیت و بازیگری بین المللی می انجامـد؛ زیرا به محض حادث شـدن یک رویـداد، عموم مردم، انتظار پاسـخ و موضع سـریع و منطقی دارنـد و هرگونه تأخیر در ارائه پاسـخ در محدوده زمانی منطقی، ممکن است به ناامیدی و عدم پایداری و از دست دادن اعتماد به دولت یا حکومت بینجامـد و در سـطحی دیگر، عموم برای مرتفع ساختن نیاز خبری خویش، به منابعی مراجعه می کنند که شاید در تضاد کلی با منافع عموم و دولت باشد.

گیلبوآ (۲۰۰۲) چنین شرایطی را این گونه شرح می دهد:

اگر کارشـناس مسائل سیاسـی، مأموران اطلاعاتی و دیپلمات ها، تحلیل سـریعی بر اساس اطلاعات ناقص و فشار زمانی شدیـد انجام دهنـد، ممکن است پیشـنهادهای سیاسـی بـدی ارائه کننـد. برعکس، اگر زمان لازم برای تأیید و ادغام و یکپارچه کردن اطلاعات و ایـده هـا از منابع مختلف داشـته باشـند تا گزارشـها و پیشـنهادهای قابل اعتمادِ عمیقی تولیـد کننـد، در صورت تصـمیم گیری سـریع تصمیم گیران سیاسی در پاسخ به چالش ها و

۱- Monroe E Price, Media and sovereignty: The global information revolution and its challenge to state power, MIT Press, ۲۰۰۴.

ص: ۱۱۵

فشارهای پوشش رسانه ای جهانی، در آن صورت درمییابند که تلاش شان بیهوده و بی تأثیر بوده است.

جدا از مسئله سرعت در پاسخ گویی، تأثیر جانبی دیگر، افزایش خطر سوء برداشت است. با فشار پیوسته بر دیپلمات ها در دیپلماسی عمومی، اطلاعاتی که پیش تر هدف شان دیپلمات ها بوده، اکنون تا حدی در دسترس جامعه غیردیپلمات نیز قرار گرفته است. این مسئله، مشکلاتی برای افرادی که آشنایی چندانی با مفاهیم، اصطلاحات و اعمال دیپلماتیک دارند، به وجود می آورد و سبب سوءبرداشت یا برداشت نادرست از کنش و اطلاعات اعلامی آنها می شود. بنابراین، در جوامع کنونی، دیپلمات ها باید مهارت های جدیدی برای پاسخ گویی به بازخوردها برای اقناع اجتماع عمومی داشته باشند؛ زیرا سوء تفسیر اطلاعات ممکن است تأثیرات جدی داشته باشد و اختلاف ها را در همه سطوح داخلی و خارجی موجب شود.(۱)

جامعه دیپلماتیک باید به ارتباط با عموم و افکار عمومی بیشتر توجه کند؛ زیرا با توجه به شرایط خاص امروز در مقایسه با قبل، دیپلمات ها بیشتر در معرض توجه قرار میگیرند. به علاوه، افزون بر منابع مخالف و چالش برانگیز دیپلماتیک که دیپلمات ها بیشتر مورد بررسی و توجه قرار می دهند، رصد و انتقاد از دیپلمات ها از سوی رسانه ها، عموم و سازمانهای غیردولتی افزایش یافته است.

از سوی دیگر، تحول اطلاعات، تأثیرات جانبی بر دیپلماسی داشته است. ماهیت دیپلماسی برای حذف محدودیت های زمانی و مکانی

۱- Wilson P Dizard, Digital diplomacy: US foreign policy in the information age, New York: Praeger, ۲۰۰۱, p ۲۸.

ص: ۱۱۶

فرآیند دیپلماتیک عمومی، تحت فشار تغییر و تحولات است؛ به گونه ای که گاهی شیوههای رسمی و جاافتاده گذشته و واکنش دیپلمات ها را به هم میریزد و شکل نوینی به آن می بخشد. در این شرایط، دیپلمات و گروه دیپلماتیکی موفق عمل میکند که بتواند از این شرایط استفاده بهینه بکند و بتواند خود را با این دگرگونی ها تطبیق دهد.

گاه بحرانهای منطقهای و بینالمللی پدید می آید که کشورهای بیشتری را درگیر میکند. اطلاعات درباره توقف چنین بحرانهایی، ساعت ها و روزها وقت مقامات رسمی دولتی را می گیرد و رسانه ها آن را انتشار می دهند. اما آنچه اکنون اتفاق افتاده و باید به آن توجه کرد، علاوه بر رادیو و تلویزیون و روزنامههای رسمی، اطلاعات از طریق اینترنت در زمان واقعیِ روی دادن اتفاق است. گاهی افراد بومی و نزدیک به حوادث بحرانی، اطلاعات بیشتری از رسانههای رسمی از طریق فضای مجازی فراهم میکنند یا اطلاعات مربوط را به رسانههای جریان اصلی میفروشند و هر رسانهای بیشتر به این اطلاعات دسترسی پیدا کند، یک امتیاز به دست آورده است. همچنین برای تصمیم گیران سیاسی، اشاعه فوری اطلاعات درباره حوادث نزدیک یا دور، حکم امتیاز را دارد و در عین حال، گاه مخرب نیز به شمار می آید.

نقش فضای مجازی در دیپلماسی

بیش تر مطرح کردیم که روابط بین الملل و دیپلماسی همواره تحت تأثیر فن آوری بوده است. اما فضای مجازی به همراه دیگر فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، تأثیر زیادی بر دیپلماسی و روابط بین الملل گذاشته

ص: ۱۱۷

است. در حقیقت، اینترنت و فن آوری هـای نوین اطلاعـاتی و ارتبـاطی، توانـایی افراد را برای ارتباط یک به یک، به ارتباط یک به چنـد، و چنـد به چنـد امکـان پـذیر کرده و از این رو، مجموعه جدیـدی از فرصت ها و چالش ها برای جهان در عرصه دیپلماسـی و روابط بین الملل پدیـد آورده است. برخلاف دیگر فن آوری ما و رسانه های اثرگـذار در روابط بین الملل، دگرگونیهایی ته انضای مجازی بر همه سطوح این عرصه گذاشته، سریعتر و عمیق تر بوده است. بی گمان اینترنت به عنوان چارچوبی در اشاعه اطلاعات در تحول و انقلاب اطلاعات عمل کرده و با ارتباط های متنی، صوتی و تصویری به شـیوه های گوناگون، مسائل مختلفی را به یکدیگر پیونـد داده و یکی نمـوده اسـت. همچنیـن فضـای مجـازی، ایـن امکـان را فراهـم آورده کـه برخی از وظـایف مهـم دیپلماتیـک در کنسولگری ها یا دیگر وظایف اجرایی به شـیوه آنلاین اجرا شوند. به واقع، فضای مجازی توانسته موقعیت کشورها را در موضوعات مختلف افزایش دهـد و ایـده و نگرش آن کشور را در مسائـل مختلف و در ابعـاد گوناگون در محـدوده جهانی ترویـج نمایـد و در ایجاد تصویر مثبت از کشورها نقش مهمی ایفا کند.(۱)

تأثیر فضای مجازی بر روابط بین الملل، تاکنون نشان داده که فضای مجازی اثرهای زیر را بر روابط بین الملل و دیپلماسـی گذاشـته است:

- تعداد صداها و علایق درگیر در سیاست گذاری بین المللی،

۱- Gordon Smith, and Allen Sutherland, "The new diplomacy: Real-time implications and applications," Canadian Foreign Policy Journal, ۲۰۰۲, ۱۰ (۱) pp. ۴۱-۵۶. Tim Stevens, "A cyberwar of ideas? Detenence and norms in cyberspace."Contemporary Security Policy, ۲۰۱۲, ۳۳ (۱), pp ۱۴۸-۱۷۰.

ص: ۱۱۸

پیچیدگی تصمیم گیری بین المللی و کاهش کنترل فراگیر دولت ها را در فرآیند افزایش داده و آن را گسترده کرده است.

اشاعه اطلاعات (درست یا نادرست) درباره هر موضوع یا رویداد را تسریع می بخشد یا آزاد می کند که می تواند بر نتایج، عواقب و دستکاری اثر بگذارد. پس این امکان را فراهم می کند که سرویس هاو خدمات دیپلماتیک سنتی، سریع تر و با هزینه کمتر و به طور مؤثر برای شهروندان یا دولت یک کشور یا شهروندان دیگر کشورها ارائه شود.

•مهم ترین نیازهر دیپلمات، آگاهی از رویدادها و تحولات در کشور خود و تحولات بین المللی است. اینترنت این امکان را برای دیپلمات ها با سرعت زیاد و با هزینه کمتری فراهم می کند. دیپلمات ها - منابع آنلاین، مثل روزنامه های محلی و بین المللی، خبرگزاری ها، نهادهای بین المللی، مراکز سیاسی، اتاق های فکر، انجمن ها و دیگر منابع مهم مثل اسناد، قوانین، مقررات و آرشیو ها دسترسی پیدا کرده اند. فضایی مجازی، د یپلمات ها را درهر زمان درباره بسیاری از مسائل و موضوع ها به روز نگه می دارد و موجب می شود انها تحلیل های عمیق تر و بهتری در بازه زمانی کوتاه تر ارائه دهند که نیاز امروز جامعه دیپالماتیک است.

•فضای مجازی، امکاناتی برای دیپلمات ها پدید می آورد تا در تماس و ارتباط پیوسته با دست اندرکاران امور خارجه کشور خود و با همکاران و هم پیمانان در دیگر کشورها باشند و بازخورد فوری به دست بیاورند. چنین امکانی، همکاری در تصمیم گیری را افزایش می دهد و به کشش و واکنش سریع کمک می کند. از سوی دیگر، ایمیل به عنوان یکی از ابزارهای ارتباطی مهم در فضای مجازی، ارتباط و انتقال اطلاعات به

ص: ۱۱۹

طیف گسترده ای از افراد و سازمان ها در مدت کوتاه و استفاده و مدیریت آسان آن، نقش مهمی برای دیپلمات ها در مذاکرات دارد. صرف نظر از تبادل اطلاعات از راه ایمیل یا دیگر ابزارهای نوین ارتباطی، اینترنت به عنوان پایگاهی برای انتقال دانش عمل می کند. دیپلمات ها، فعالیتهای علمی و برنامه های آموزشی را از طریق استفاده از اینترنت پیگیری می کنند. برخلاف روندهای کنونی دیپلماسی، در عصر دیجیتال، به روز بودن پیوسته دیپلمات ها اهمیت فراوانی دارد. ماهیت یادگیری سنتی، چارچوبی ارائه نمی کند که انعطاف پذیر و پویا برای نیاز امروزی آموزش دیپلمات ها باشد. بنابراین، فضای مجازی، سازوکارها و راه های بسیار مؤثری برای یادگیری طولانی مدت با طیفی از فعالیت های مختلف و همه روزه دیپلمات ها ارائه می کند. همچنین، یادگیری متصل و ترکیبی (ترکیبی از اعمال سنتی و الکترونیک یادگیری) را امکان پذیر می سازد.(۱) پیشتر گفتیم که امروزه جامعه دیپلمات ها با چالش های بسیاری روبه رو هستند که نیازمند مهارت های حرفه ای و به روز است. یادگیری این مهارت ها، نیازمند ترک محل خدمت در کشور دیگر است که افزون بر تحمیل هزینه های فراوان و وقت گیر بودن، آسیب های جبران ناپذیری به روابط دو کشور دارای روابط دیپلماتیک می زند. بنابراین، جامعه امروزی باید شرایطی برای آموزش دیپلمات ها بدون ترک محل –خدمت فراهم کند. چنین شرایطی تنها با استفاده از فن آوری های نوین و فضای مجازی امکان پذیر است. رسانه های نوین و فضای مجازی، امکان انتقال اطلاعات را به شکل امن و کارآمد و با

۱- Rose Gottemoeller, From Telegraph to Twitter Ams. Control Diplomacy in the Information Age, Mission of the United States in Geneva Switzerland ۲۰۱۲.

ص: ۱۲۰

هزینه کمتر فراهم می کند. در نتیجه، فناوری می تواند برای توزیع مواد آموزشی و دسترسی نامحدود اطلاعات به شکل ها و قالب های مختلف تعاملی وپویا به دیپلمات ها استفاده شود. ماهیت یادگیری الکترونیکی به د یپلمات ها اجازه می دهد حوزه های مورد علاقه و ضروری خویش را از طریق فرامتن در جهان وب جست و جو کنند.(۱)

یکی از مهم ترین نهادها در زمینه آموزش دیپلماتیک با استفاده از فن آوری های نوین و فضای مجازی، بنیاد دیپالماسی(۲) است. بنیاد دیپلماسی، وجهه ای علمی و دانشگاهی دارد و در زمینه امور تحقیقاتی و پژوهشی درباره دیپلماسی و با موضوعات جدیدی همچون نقاشی و استفاده از فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی در دیپلماسی فعالیت می کند. در واقع، این بنیاد، سازمانی علمی است که محققان ، سخنرانان، مدرسان و دانشجویانی از سراسر جهان در آن فعالیت دارند. بنیاد دیپلماسی، سازمانی غیرانتفاعی است که از طریق آموزش و برنامه های تعلیمی، تحقیقات توسعه فن آوری اطلاعات و ارتباطات برای فعالیت های دیپلماتیک، به تمام کشورهای جهان، و از جمله کشورهایی که منابع انسانی و مالی محدود تری دارند، کمک می کند تا در امور بین المللی مشارکت ورزند. این سازمان، در سال ۱۹۹۳ از پروژه ای در آکادمی مدیترانه ای مطالعات دیپالماتیک در مالت و برای معرفی ابزارهای کاربردی فن آوری اطلاعات برای دیپلماسی رشد نمود و در نوامبر سال ۲۰۰۲ از سوی دولت های مالت و سوئیس به بنیادی مستقل تبدیل شد.

۱- Stefano Baldi et al. Online leaming for professionals in full time work: a guide to what works and what does not. DiploFoundation, ۲۰۰۳.

۲- DiploFoundation www.diplomacy.edu

ص: ۱۲۱

یکی از موضوع های مطرح شده در پایگاه اینترنتی بنیاد دیپلماسی، سفارت خانه مجازی است. این سایت مفهوم سفارت خانه مجازی را معرفی کرده است. روابط دیپلماتیک میان دو کشور، نه بر پایه سفیر مقیم و سفارت خانه فیزیکی، بلکه از طریق اینترنت هدایت میشود و سفیر در کشور خود باقی می ماند. این سایت معتقد است سفارت خانه های مجازی ممکن است به کشورهای کوچک و کشورهای با منابع مالی و انسانی محدود، فرصت افزایش و بهبود نمایندگی های خارجی خود را بدهد. دولت امریکا نیز که از اوایل انقلاب اسلامی و در پی قطع روابط با جمهوری اسلامی ایران در کشورمان سفارت خانه ای ندارد. در اواخر سال ۱۳۹۰ سفارت مجازی خود را در ایران راه اندازی کرد. در سایت این سفارت خانه مجازی، هدف از افتتاح این سایت چنین أعلام شد: این تارنمایک هیأت رسمی دیپلماتیک نیست. یا یک سفارت واقعی ایالات متحده را که به دولت ایران معرفی شده باشند. نمایندگی نمی کند. اما در غیبت روابط مستقیم، می تواند به عنوان یک پل رابط میان مردم امریکا و مردم ایران عمل کند. همان گونه که پرزیدنت اوباما در اوایل سال جاری اعلام داشت و کلینتون، وزیر امور خارجه در مصاحبه های اخیر خود با صدای آمریکا و بی بی سی تأکید کرد: شما – جوانان ایران – هم حامل عظمت کهنسال تمدن ایرانی هستند و هم از قدرت شکل دادن به کشوری که پاسخ گوی آرمان های شما باشد, برخوردارید. استعداد، امیدها و گزینش های شما به آینده ایران، شکل و به روشنایی بخشیدن به جهان یاری خواهد داد. و هرچند زمانه ممکن است تیره جلوه کند, میل دارم بدانید که من با شما هستم. با چنین روحیه ای است

ص: ۱۲۲

که ما سفارت مجازی تهران را راه انداخته است. این نمایندگی ما نزد مردم ایران است. این مکان برای شما ایجاد شده است. امیدواریم لحظه ای در آن درنگ کنید.(۱)

از سوی دیگر، فضای مجازی، نه تنها تغییرات شکل را در روابط بین الملل و دیپلماسی ارائه می کند، بلکه برخی دگرگونی های مفهومی را هم موجب میشود. با توجه به افزایش کنشگری در عرصه سیاست داخلی و خارجی با فضای مجازی و درگیری آنها در فرآیندهای سیاسی و دیپلماتیک، دولت اما مجبور خواهند بود در آینده، مسئولیت بیشتری بر عهده بگیرند. به عبارت دیگر، اگر دولت ها خواهان ایفای نقش مؤثر در روابط بین الملل و دیپلماسی هستند, باید از فرصتهای فضای مجازی، بیشترین استفاده را برند و در غیر این صورت، ظرفیت های چنین فضایی به دلیل افزایش روزافزون استفاده عموم و انجمن ها و بنیادهای مردم نهاد از این فضا، تبدیل به تهدید خواهد بود، زیرا فضای مجازی، گروه هایی را که دارای منافع و ایده های مشترک هستند، به طور مؤثر به همدیگر پیوند می زند و صدای آنها را جهانی و در عین حال قدرتمند می سازد. ریچارد گرانت، دیپلمات نیوزیلندی این فرآیند را به عنوان «دموکراتیزه کردن دیپلماسی(۲) می داند و بیان می کند: دیپلماسی، دموکراتیک شده است. فضای مجازی و رسانه های نوین به بیشتر مردم اجازه ایفای نقش، افزایش میزان بازیگری با بازنمایی بیشتر را داده و هر روز، قواعد را تغییر می دهد.(۳)

این فرایند خود را در سه روش نشان می دهد:

۱- http://persian iran usembassy.gov.

۲- democrarisation of diplomacy.

۳- August Egrant and Wilkinson jeffiey, understanding media convergence: the state offield, oxford university press, USA, ۲۰۰۸.

ص: ۱۲۳

• افزایش و تنوع بخشی کنشگران،

• رشد افزایشی همکاری :

• قطبی شدن بین آنها(۱)

افزایش کنشگران، یک مسئله جهانی رایج است. اینترنت این تغییر را ایجاد نکرده، بلکه ظرفیت کنشگران غیردولتی را در مشارکت تقویت نموده است. یـک پویش مبارزه با فقر(۲) در سال ۲۰۰۵ از اینترنت برای ائتلاف و همبستگی گروه های مختلف (و تعدادی ستارگان موسیقی) برای مقابله با فقر جهانی دعوت کرد و این ائتلاف به سرعت شکل گرفت و اجلاس هشت کشور صنعتی را در گلنیگلس(۳) اسکاتلند ترغیب کرد پیشنهادهایی عملیاتی برای افزایش کمک به کشورهای فقیرتر مطرح سازد. نتیجه نه تنها در کانالهای دولتی، بلکه در اینترنت و در وب سایت های انجمن های مردم نهاد جهانی منتشر گردید و بازخوردهای جهانی موفقی داشت.(۴)

نهادهای مردم بنیاد به سرعت از ظرفیت فضای مجازی در افزایش اثر گذاری آنها در روابط بین الملل و دیپلماسی بهره گرفتند. امنستی، آکسفام، صالح سبز و دیده بان حقوق بشر، با استفاده از اینترنت به عنوان منبع اصلی اطلاعات، حضور و قدرت خویش را افزایش داده اند به گونه ای که پیشتر بدون فضای مجازی چنین چیزی محدود و مشکل بود.(۵)

۱- understanding media convergence: the state of field.

۲- The Make Poverty History.

۳- Gleneagles

۴ - Nicholas Westcott, "Digital diplomacy: The impact of the Internet on Intemational relations."۲۰۰۸.

۵ - Nicholas Westcott, "Digital diplomacy: The impact of the Internet on Intemational relations."۲۰۰۸.

ص: ۱۲۴

بنابراین، فضای مجازی، ارتباط کنشگران دارای علایق مشترک را در محدوده جهانی تسهیل کرده و ارتباط آنها را پیوسته و صدای جمعی آنها را جهانی ساخته است که پیش تر امکان پذیر نبود. ارمنی های دیاسپورا از طریق فضای مجازی و با ارتباط بیشتر با دولت ارمنستان، به کنشگرانی در روابط بین الملل تبدیل شده اند. تأثیر آیپک(۱) (کمیته روابط عمومی امریکا – اسرائیل) در امریکا با توانایی بسیج و همکاری بیشتر و مؤثر لابی صهیونیسم از طریق فضای مجازی، وسعت و گسترش یافته است.

همکاری میان این کنشگران جدید، پویایی جدیدی پدید می آورد. همکاری و مشارکت، هدف جمعی و یکی از اصول اساسی پدید آوردن اینترنت است؛ در حالی که شکل گیری آن در مرحله اولیه به عنوان یک شبکه علمی بود. اثرگذاری چنین روندی با موفقیت لینوکس به عنوان یک نرم افزار باز و ویکی پدیا به عنوان یک پایگاه ذخیره دانش عمومی متن باز بیشتر شده است.(۲) اکنون در مسائل عمومی، ایجاد شبکه در امور عمومی بیشتر مشاهده می شود. یکی از بزرگترین دگرگونی ها، تسهیل ائتلاف مای مختلف تعداد زیادی از گروه ها در موضوعات و مسائل عمومی است. در پویش مبارزه با فقر که پیش تر ذکر شد, در سال ۲۰۰۵، زنجیره های توسعه یافته گروه های کلیسا، طرفداران موسیقی راک و شبکه مدارس و آموزش در یک ائتلاف گسترده، متمرکز و قوی جمع شدند و بر اجلاس کشورهای صنعتی برای کاهش فقر در مناطق محروم جهان اثر گذاشتند. به واقع، هندسه متغیرهای اثرگذار در امور جهانی نه تنها متنوع شده، بلکه همکاری میان این گروه های متنوع نیز تسهیل و مؤثر گشته است.

۱- American Israel Public Affairs Committee.

۲ - Don Tapscott, Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything, New York. ۲۰۰۷.

ص: ۱۲۵

از سوی دیگر، ظرفیت مای یکسان این فضا که موجب همکاری بیشتر شـده، می توانـد به قطبی شدن بیانجامد. اعطای اختیار جست وجوی آزادانه منـابع سـبب می شود افراد اطلاعـات را از منـابعی جست و جو و پیـدا کننـد که دیـدگاه هـای آنهـا را به اشتراک می گـذارد و این امر به قطبی شـدن عقایـد و ایده ها می انجامد. همچنین، فضای مجازی می تواند به راحتی در تقویت پیش داوری ها، تعصبات و چالش ها عمل کند و معدنی طلایی برای نظریه پردازان توطئه باشد. در فضای مجازی، دیگر کنترل و نظارت سر دبیر و مسئولان همانند رسانه های ارتباط جمعی سنتی نیست، بلکه هر کس، هر گروهی و هر جنبشی می تواند عقاید خویش را به راحتی و آزادانه در این فضا منتشر و عمومی کند. از این رو، ارتباط میان افراد و گروه هایی که ایده های یکسانی دارند، تسهیل می شود و آنهـا این ایـده هـا را به اشتراک می گذارنـد و عمل گرایی در آن حوزه، تسـریع و تسـهیل می گردد. در حقیقت، ماهیت و شـرایط فضاهای مجازی و از بین رفتن محدودیت های سـنتی سبب می شود هر کس بتواند دیدگاه های خویش را توسعه دهد و موفقیتهای بسـیاری به دست آورد و این عمل موجب شنیده شدن صدای آنها و در نتیجه تقویت آنها می شود.(۱) پی آمد این فرآیند به توافق و اجماع در حوزه خاصـی میانجامـد. در گانیگلس، نتیجه ائتلاف به پذیرش و توافق امریکا با پیشـنهادها و نقشه راهبری ۲۰۰۷ برلین در خصوص ریشه کنی فقر در جهان انجامید.

در زمینه سیاست و دولت ها، فضای مجازی و رسانه های جدید نیزظرفیت ها و چالش هایی به وجود می آورد. در سیاست های بین المللی و

۱- Cass R. Sunstein, Republic. Com ۲.۰., Princeton Univerzity Press, ۲۰۰۷

ص: ۱۲۶

در سیاست داخلی، اینترنت پایگاهی جدید برای اعمال قدیمی روش های متقاعد سازی و اقناع فراهم می کند. در استفاده از رسانه های جدید و فضای مجازی، سه چیز مهم است: حضور، مشارکت در بحث و گستره ارتباط. (۱) گروه هایی که این سه شرط را داشته باشند, در زمینه اثرگذاری در محدوده جهانی موفق عمل می کنند. ارتباط و اتصال، پیش شرط است. افراد با دسترسی منظم به اینترنت در خانه یا محل کار، در اصل از نظر بین المللی رها هستند و افرادی که رها نیستند، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، از طریق فراهم کنندگان خدمات مخابراتی محلی و ملی، ارتباط و پیوندشان با یکدیگر از طریق رهایی نسبی ایجاد می شود. در این کشورها، تلفن همراه به عنوان یک رسانه، این رهایی را ایجاد می کند و همانند رادیو، تحولات فراوانی در این جوامع پدید آورده است. از این رو، در این کشورها، فشارهایی برای تغییر اعمال میشود. حتی اگر از رسانه های نوین ارتباطی و اطلاعاتی مثل تلفن همراه برای اهداف اجتماعی و سیاسی استفاده نشود، ظرفیت آن برای اهداف سیاسی هنوز وجود دارد: (همان) چنان که در حوادث پس از انتخابات سال ۱۳۸۸ در ایران، تصویربرداری از طریق تلفن همراه از حوادثی مانند قتل ندا آقاسلطان و انتشار آن در شبکه های اجتماعی، چنین کارکردی یافت. اتصال و پیوند، مصرف کنندگان را ایجاد می کند و سبب حضور بیشتر شخص یا گروه می گردد و این حضور بیشتر، موجب تبدیل شدن فرد یا

۱- Said Saddlki, "Diplomacy in a Changing World." Alternative: Turkish Journal of International Relations, ۲۰۰۶, ۵(۴), pp.۹۳-۱۰۵.

ص: ۱۲۷

گروه به کنشگر می شود. پرداختن به انتخابات ریاست جمهوری آمریکا ریاست جمهوری ایران و نیز سیاست های داخلی انگلستان، از اهمیت رو به رشد بودن حضور در اینترنت خبر می دهد. همچنین گروه های لابی به طرز فزاینده ای از اینترنت برای تلاش در جهت اثرگذاری بر سیاست استفاده می کنند و دولت ها از اینترنت و فروم های اینترنتی برای پاسخ گویی و اثرگذاری بر بحث های خودشان بهره می گیرند.(۱)

از نظر بین المللی، اینترنت به طور گسترده به عنوان پایگاهی برای بررسی و اثرگذاری بر افکار جهانی استفاده شده است. نمونه هایی از این را در داخل کشورمان مشاهده کردیم. در ۳۰ نوامبر ۲۰۰۶, رئیس جمهور وقت، محمود احمدی نژاد در وب سایت های رسمی کشورمان نامه ای به رئیس جمهور سابق امریکا، بوش نوشت و او را به مناظره دعوت کرد و این نامه در بیشتر شبکه های تلویزیونی بین المللی و روزنامه ها و مجلات جهانی منتشر شد. در آوریل ۲۰۰۷، در آستانه کناره گیری عبدالله گل از نامزدی ریاست جمهوری ترکیه، ارتش بیانیه ای در وب سایت خود منتشر ساخت که نقش ارتش را به عنوان مدافع دولت سکولار در ترکیه نشان می داد. وقتی نیکولا ـ سارکوزی انتخابات ریاست جمهوری فرانسه را در سال ۲۰۰۷ برد، تونی بلر پیام خویش را در سایت یوتیوب خود به زبان فرانسوی منتشر کرد.(۲)

هر چند از یک دیدگاه، انتشار اینترنتی تفاوت چندانی با نشر در مطبوعات، رادیو و تلویزیون ندارد. ولی اینترنت ۲۴ساعت شبانه روز فارغ از مکان و زمان، امکان دسترسی بیشتر و همه را به بیانیه،

---

۱ - Said Saddlki, "Diplomacy in a Changing World." Alternative: Turkish Journal of International Relations, ۲۰۰۶, ۵(۴), pp.۹۳-۱۰۵.

۲ - Reports in The Economist, ۲۷ Nov ۲۰۰۶, The Observer, ۲۹ April ۲۰۰۷. The Guardian.۹May ۲۰۰۷.

ص: ۱۲۸

اعلامیه و مطلب منتشرشده فراهم می سازد و در سطحی دیگر، انتشار مطلب در صورت فراگیری در فضای مجازی، در بیشتر رسانه های پخش و روزنامه ها بازنمایی می شود. در این زمینه، گوردون براون، نخست وزیر سابق انگلستان تغییر ماهرانه در قدرت را از طریق فضای مجازی بدین شکل توضیح می دهد:

چند سال پیش بحث این بود که: آیا رسانه ها، سیاسیون را کنترل می نمایند یا سیاستیون رسانه ها را کنترل می نمایند؟ اما اکنون پرسش این است که: چگونه ما همه به قدرت روزافزون شهروندان, مصرف کنندگان و بلاگرها پاسخ دهیم؟ کا نون جدید با رسانه هایی نوین تغییر یافته است و شهروندان از تمام انرژی و قدرت خویش استفاده می کنند.(۱)

دولت ما، گروهها و بیشتر کنشگران امروزی دریافته اند که فقط حضور ساده کافی نیست، بلکه مشارکت و همکاری در بحث های آنلاین، عامل اصلی اثرگذاری است. گوگل تست(۲)، ابزار خوبی برای ارزیابی حضور در فضای مجازی است. در دنیای امروز و در عصر ارتباطات و اطلاعات و فضای مجازی، تجارت و موفقیت با حضور در صفحه نخست جست و جوی گوگل یا موتورهای جست و جوی موضوعی و عمومی دیگر ارزیابی می شود. با گوگل تست، کنشگران در روابط بین الملل را می توان ارزیابی نسبی کرد. هر چند گوگل تست، تنها دسترسی به ایده را نشان می دهد و اطلاعات چندانی از تأثیرگذاری به دست نمی دهد، ولی موضوع مهم جایی است که مردم اکنون اطلاعات را جست و جو می کنند

۱- Gordon Brown speech at the World Economic Forum in Davos, cited by Jackie Ashley in The Guardian, ۲۹ Jan ۲۰۰۷.

۲- Google Test.

ص: ۱۲۹

و بر عقایدشان اثر می گذارد. یک روزنامه نگار، گروه مذاکره کننده یا دیپلمات خارجی که می خواهد دیدگاه وزارت امور خارجه کشوری مانند امریکا یا انگلستان را درباره موضوعی عمومی یا خاصی بداند، به طور مستقیم به وب سایتشان مراجعه می کند، ولی مردم بیشتر از طریق موتورهای جست و جو مثل گوگل این اطلاعات را جست و جو می کنند. اثرگذاری موتورهای جست و جو در افکار عمومی جهانی، خیلی مهم است زیرا شاهد کاربرد گسترده موتورهای جست و جوی اینترنتی در زندگی روزمره، تبادل اطلاعات و انتقال تصاویر و تصورات ذهنی درباره کشورها یا شخصیتهای سیاسی هستیم. بررسی ابعاد مثبت و منفی گسترش این فضای ارتباطی به تعمق و بررسی بیشتری نیاز دارد. از آنجا که زیرساخت های ارتباطی موتورهای جست و جوی اینترنتی همچون گوگل و یاهو در کشورهای غربی متمرکز است، بدیهی است جهت گیری اصلی موتورهای یاد شده، هدایت افکار عمومی و تأمین منافع اقتصادی صاحبان این مراکز است. مهمترین ابزارهای مورد استفاده در این زمینه از سوی موتورهای جست و جوی اینترنتی عبارت است از: تبلیغات، تکرار، بسته بندی هدفمند مطالب، بمباران خبری، ارائه آمار، جذابیت های ارائه مطالب، و نیز استفاده تبلیغاتی از پست های الکترونیکی. هدف موتورهای جست و جو اثرگذاری بر ذهن مخاطبان است،(۱) به گونه ای که مخاطبان ناچار به مشاهده تبلیغات انعکاس یافته در فضاهای یاد شده هستند. به ویژه موتورهای جست و جو با تکرار متون و تصاویر منفی، القای روانی و انگاره سازی درباره بعضی از فرهنگ ما، کشورها یا اشخاص مورد نظر را دامن میزنند. سرانجام قرار گرفتن در

۱- داوود زارعیان, نقش موتورهای جست و جوی اینترنتی در مدیریت افکار عمومی جهان.

ص: ۱۳۰

صـدر صـفحه هـای موتورهای جست و جوی اینترنتی، ناخودآگاه نوعی هـدایت افکار عمومی جهانی درباره موضوع های خاص را برمی انگیزد.

۷۵ تا ۸۵ درصـد کاربران برای اسـتفاده از اینترنت حتماً بایـد به سایت های جست و جو مراجعه کننده و گرنه نمی توانند به اهداف خود دست یابند و به مطالب مورد نظرشان برسـند. معمولا فردی که از موتورهای جست و جو اسـتفاده می کند، بیشتر از دو صـفحه یابیست نتیجه را بررسـی نمی کند. موتورهای جست وجه و از همین ویژگی استفاده می کنند و با شیوه های خاص خود می کوشند بر افکار عمومی اثر بگذارنـد، زیرا آن مطالبی را که بایـد در معرض دید مخاطب قرار بدهند, جزو حداکثر بیست مطلب نخست می گذارند و بعد مطالبی را قرار می دهند که ممکن است برای آنها اهمیتی نداشته باشد.

در حقیقت، فضـای مجازی، محـدودیت های ارائه اطلاعات و مشارکت در بحث ها را که در رسانه های سـنتی جاری بوده است، از بین می برد. از این رو، برخی دولت هـا و حاکمیت ها از این ظرفیتهای فضای مجازی در بحث های آنلاین اسـتفاده بهینه می کننـد. در انگلستان،(۱) از ایـن ظرفیت در جولاـی ۲۰۰۷ برای سـیاست گـذاری آموزشـی اسـتفاده شد و وزیر امور خارجه از عموم دعوت کرد به تجدید و تقویت راهبرد سـیاست خارجی انگلسـتان کمک کنند. در کشورهای دیگر، از این ظرفیت برای به چالش کشـیدن سلطه دولت بر اطلاعـات و بحث هـا اسـتفاده شـده است. برای نمـونه، در مصـر، گروهی از بلاگرهـا موسوم به پیجامیهیـدین (۲) از وبلاگ های عمومی برای

۱- See http://www.fco.gov.uk/.

۲- pyjamahideen

ص: ۱۳۱

فاش کردن فساد، شایعه و اذیت و آزار زنان استفاده کرد که رسانه های سنتی توان انجام آن را نداشتند. به واقع، وبلاگ نویسی به یک برنامه سیاسی تبدیل شد و ویژگی فضای مجازی، این موضوع ها را در عرصه سیاسی عمومی زیاد کرد. در چین و عربستان سعودی، به رغم تلاش برای کنترل و نظارت بر دسترسی به اینترنت و سانسور اطلاعات امنیتی یا ارتجاعی، فضای مجازی ابزارهای جدیدی برای مخالفان فراهم کرده است تا مقالات انتقادی ویدئوهای واقعی در حوزه عمومی منتشر، و تمامی و ارتباط با یکدیگر را حفظ کنند.(۱)

گفتنی است درباره استفاده از اطلاعات در فضایی مجازی، دو مسئله اصلی مطرح می شود: کاربران چگونه می توانند تعداد زیاد اطلاعات قابل دسترس را مدیریت کنند؟ چه میزان از این اطلاعات را می توان قابل اعتماد دانست و چگونه می توان اطلاعات و سیستم خویش را امن و ایمن کرد؟(۲)

مدیریت اطلاعات

مدیریت اطلاعات

اینترنت میزان اطلاعات قابل دسترس را برای عموم چند برابر کرده است. هر چند قبل از موتورهای جست وجوگر، به ویژه گوگل چنین شرایطی امکان نداشت، ولی اکنون به طرز فزاینده ای جست وجو در فضای مجازی آسان شده است. همان گونه که نویسنده داستان های

۱- Egypt: The Economist, ۱۴ April ۲۰۰۷: China: an excellent, if now dated, article in The Economist, ۲۷ April ۲۰۰۶, and material on the Human Rights Watch website. http://www.hrw.org/ backgrounder/asia/china/.

۲- "Digital diplomacy: The impact of the Internet on International relations." ۲۰۰۸.

ص: ۱۳۲

تخیلی، ایزاک آسیموف(۱) گفت، گرفتن اطلاعات درخواستی شما، همانند تلاش برای به دست آوردن شیشه ای از آب آبشار نیاگاراست.

مسئله دیگر در این زمینه، قابل اعتماد و اطمینان بودن اطلاعات دریافتی از فضای وب است. در روابط بین الملل و دیپلماسی، اطلاعات موثق همواره برای ارتباط، مؤثر بوده است. در فضای مجازی، اطلاعات غیرقابل پیش بینی و شک آلود زیاد منتشر می شود و این موضوع، سبب جا افتادن دروغ و اطلاعات نادرست می گردد و تا دولت ها بکوشند این اطلاعات را تکذیب کنند، عموم به آن اطلاعات نادرست، دسترسی پیدا می کنند و مثل بمب منفجر می شود. ارائه و تحلیل اطلاعات نادرست بر مذاکرات در روابط بین الملل اثر گذاشته است و چالشهایی برای دولت ها در سیاست گذاری خارجی به وجود آورده، بر افکار عمومی مؤثر بوده است.

در ۱۳ می ۲۰۰۵، اعتراض های فراوانی در شهر اندیجان ازبکستان روی داد و معترضان با فشار نیروهای امنیتی متفرق شدند و بین آنها و نیروهای امنیتی درگیری اتفاق افتاد. در این اعتراض، تیراندازی شد و برخی کشته شدند. مقامات ازبک و رسانه ها کمتر این رویداد را پوشش دادند، ولی کشته شدن افراد زیاد و غیرنظامیان در اینترنت از سوی نهادهای غیردولتی منتشر شد. دیده بان حقوق بشر مصاحبه هایی با پنجاه نفر از شاهدان نقل کرد و گزارش شد صدها نفر کشته شده اند. مقامات مستقل دیگر با بررسی و بازدید صحنه ها و دلایل اتفاق افتادن رویداد، مسائلی درباره واقعیت و اعتبار این گزارش ها و تعداد کشته شده ها مطرح کردند. این گمانه زنی ها با واکنش منفی مقامات دولت ازبکستان

۱- Isaac Asimov.

ص: ۱۳۳

به تحقیق در این زمینه انجامید و به دنبال آن، اخراج برخی نهادهای غیردولتی و مردم بنیاد از کشور، تشدید شد. گزارش های رسانه ای از یک کشتار جمعی با اخبار و اطلاعات در اینترنت کامل شد. در بیشتر مواقع، موضعگیری کشورهای خارجی در واکنش به چنین موضوع هایی بر اساس اخبار و اطلاعات ناقض و نامطمئن صورت میگیرد.(۱) در چنین مواقعی، اینترنت، هم در این زمینه کمک کرد و هم ممانعت به وجود آورد: برخی اطلاعات به راحتی قابل دسترس شد، ولی ادعاها به سرعت به عنوان یک واقعیت در نظر گرفته شد و از یک سایت به سایت دیگر و رادیو تلویزیون ها مطرح گردید. پیش از اینکه واقعیت مشخص شود، فشارها برای واکنش و پاسخ درباره این مسئله و ابعاد آن بسیار شد.

پس از نشست ایران و اعضای ۱+۵ در روزهای ۱۵ و ۱۶ اکتبر ۲۰۱۳ در شهر ژنو سوئیس، بعد از نشست مطبوعاتی دکتر ظریف و خانم اشتون و اعلام محرمانه بودن مفاد پیشنهاد ایران به ۱+۵، بیانیه مشترکی صادر شد. اما سایت امنیتی دبکا(۲) در گزارشی مدعی شد پیشنهاد ایران هفت محور داشته و در گزارش خود به این محورها اشاره کرد. همچنین دبکا مدعی شد اختلاف نظرها میان ایران و ۱+۵ به حدی زیاد بود که در روز دوم، شش کشور مذاکرات چندجانبه با ایران را متوقف کردند و به دو اردوگاه تقسیم شدند. روسیه و چین با ایرانی ها جلسه داشتند و چهار کشور دیگر مشغول مباحثه با یکدیگر شدند. به نوشته دبکا، در شرایطی

۱- Rustam Burnashev, and Irina Chernykh. "Changes in Uzbekistan's military policy after the Andijan events," The China and Eurasia Forum Quarterly, ۲۰۰۷, ۵(۱), pp. ۶۷-۷۳.

۲- Geneva talks fail to break standoff on Iran's nuclear program. Tehran unclear on concessions, http:// www. debka. com/ article/ ۲۳۳۵۹/ Geneva – talks – fail –to –break – standoff – on - Iran's –nuclear -program- Tehran- unclear- on- concessions.

ص: ۱۳۴

که ظریف و عراقچی، دو دیپلمات ایرانی از مذاکرات به شکل مثبت یاد می کنند، طرف غربی در این مذاکرات چیزی بیش از چارچوبی جزئی و بدون جزئیات مشخص ندیده است. این در حالی است که مقامات غربی نیز در اظهارنظرهای خود، مذاکرات اخیر را ستودند. هم کاترین اشتون و هم کاخ سفید و سخنگوی وزارت خارجه امریکا دست کم از جدیت مذاکرات تقدیر به عمل آوردند. در این گزارش آمده است که طرف ایرانی مذاکره در داخل ایران تحت فشار گروه های رادیکال در ارتباط با غرب و امریکا هستند.

اتفاق شهر اندیجان ازبکستان و مذاکرات میان ایران و ۱+۵ و موارد بسیار دیگر، بیانگر این است که در چنین شرایط حساسی، باید واکنش نشان و پاسخ سریع داد یا درباره مذاکرات، از قبل باید برای مدیریت اطلاعات و نیز افکار عمومی داخلی و خارجی چاره جویی کرد.

امنیتی کردن اطلاعات و سیستم

امنیتی کردن اطلاعات و سیستم

برآوردهای دقیقی از کل حجم اطلاعات ذخیره شده در سیستم های متصل شده به اینترنت وجود ندارد، ولی برخی تخمین ها نشان می دهد نیمی از اطلاعات موجود، غیر قابل انتشار بوده و در سیستم های بسته، مثل پایگاه های شرکت ها یا دولت ها یا در رایانه های خانگی قرار دارند. اکنون در یک عصر دیجیتال تاریک زندگی می کنیم؛ زیرا بسیاری از اطلاعات غیرفعال یا غیرقابل دسته بندی وجود دارد و حتی برخی تولیدکننده های اطلاعات نمی توانند آن را ریشه یابی یا بازیابی کنند. هر چند فن آوری نظارت داده ها و مدیریت دانش به سرعت در حال گسترش است، نگرانی های بسیاری در زمینه امنیت اطلاعات وجود دارد.

ص: ۱۳۵

به عبارت دیگر، هکرها نشان داده اند چگونه می توان به برخی اطلاعات محرمانه و دولتی دست یافت.(۱) لو رفتن اطلاعات و داده های دولت انگلستان و افشای آن در سال ۲۰۰۸، نمونه ای از این موارد است.

در فضای مجازی عملاً- هیچ گونه اطلاعات محرمانه ای وجود ندارد. هر چیزی به اینترنت فرستاده می شود، حتی اطلاعات رمزگذاری شده، به شدت در معرض خطر است؛ به ویژه زمانی که اطلاعات از جایی به جای دیگر در فضای مجازی انتقال داده می شود.

بنابراین، اینترنت ابعاد جدیدی به امنیت اطلاعات در روابط بین الملل بخشیده است:(۲)

(نخست، اطلاعات خصوصی و محرمانه زمانی که عمومی شوند، ممکن است تأثیری بسیار زیاد و سریع بر ارتباط در زمینه امور جهانی بگذارد. زندان ابوغریب نمونه ای از اطلاعاتی است که اطلاعات آن در بعد جهانی عمومی شد و تصاویر ترسناک و فوری زندان از طریق فضای مجازی منتشر گردید و ضربه مهلکی به وجهه و اعتبار امریکا زد؛ وجهه اخلاقی امریکا را در جهان خدشه دارتر و تنور حمله های انتحاری را در عراق شعله ور کرد. هر چند این کار بدون اینترنت اتفاق افتاده، ولی اینترنت و فضای مجازی تأثیر آن را چند برابر کرده و آن را گسترش داده است.

(دوم، رقابت های دیپلماتیک کنشگران دولتی و غیردولتی (مثل سازمان های تروریستی) ممکن است به هک کردن سیستم های دولتی و دسترسی به اطلاعات کاربردی بینجامد. جاسوسی، جزو حرفه هایی است

---

۱ - Sara Bentivegna, "Rethinking politics in the world of ICTs," European Journal of Communication, ۲۰۰۶, ۲۱ (۳), pp ۳۳۱-۳۴۳.

۲ - Paul Sharp, Diplomatic theory of international relations, Cambridge University Press, ۲۰۰۹.

ص: ۱۳۶

که در دنیا بیشتر مورد توجه افراد قرار می گیرد و فضای مجازی فرصت ها و امکاناتی برای افراد به وجود می آورد تا از درون خانه بتوانند سیستم های دولتی را هک کنند. از سوی دیگر، دولت ها برای امنیت بیشتر و مدیریت حملات سایبری، به منابع کامل یک دستگاه دولتی و مهارت های ضروری نرم افزاری نیازمند هستند.

دلیل سوم این است که اینترنت خودش جزئی آسیب پذیر از هر زیرساخت اصلی دولت است. حملات ویروسی یا کرم ها به راحتی ایجاد می شوند و می توانند بخش های فراوانی از اینترنت و بسیاری از سیستم های متصل به آن را متوقف کنند و در روند ارتباطات سطح داخلی و جهانی تأثیر بسیاری بگذارند. در ژانویه ۲۰۰۳، کرم «اسلَمر(۱)» اینترنت و سیستم های متصل به آن را در بیشتر قسمت های کشور کره جنوبی و چندین کشور آسیایی به مدت ۲۴ ساعت از کار انداخت. نگران کننده ترین حمله هدفمند بر ضد استونی(۲) در اوایل می ۲۰۰۷ آغاز شد که شدیداً به تجارت در این کشور ضربه زد و چند روز ارتباط و دسترسی به مردم قطع شد. پیچیدگی، و محدوده و مقیاس حمله و هدف دقیق آن، حکایت از حمله سازمان یافته دولتی داشت. آیا با وجود ریشه یابی این مورد و یافتن عوامل، می توان آن را به عنوان تجاوز بر ضد حاکمیت و مرز مجازی این کشور در نظر گرفت؟ در دنیا، کشورهای اندکی مثل استونی وجود دارند که تجارت خود را در تمامی ابعاد، آنلاین کرده اند. در این کشور حتی جلسات کابینه از طریق آنلاین و اینترنت برگزار می شود.

۱- Slammer.

۲- The Economist, ۲۶ May and ۸ Sept ۲۰۰۷.

ص: ۱۳۷

همچنین حمله اینترنتی به تأسیسات هسته ای ایران از سوی ویروس استاکس نت از مشهورترین ماجراهای امنیتی در این زمینه است. پایگاه تحلیلی وایرد در گزارشی مفصل، استاکس نت را رمزگشایی و اهداف آن را در حمله به تأسیسات هسته ای ایران بررسی کرده است. بر اساس این گزارش، در ژانویه سال ۲۰۱۰ بازرسان آژانس بین المللی انرژی اتمی، بررسی تأسیسات غنی سازی اورانیوم نطنز را به پایان رساندند. در همین هنگام آنها متوجه شدند چیزی در اتاق های آبشاری که هزاران سانتریفیوژ در آن مشغول غنی سازی اورانیوم بودند، از کار افتاده است. متخصصان نیروگاه نطنز با لباس ها، دستکش ها و کفش های سفید خود به سرعت در اتاق های آبشاری پاکیزه این طرف و آن طرف می رفتند و سانتریفیوژهای سنگین را یکی یکی در استوانه های نقره ای درخشان بیرون می بردند.

هر بار که کارکنان نیروگاه، سانتریفیوژهای آسیب دیده یا غیرقابل استفاده را از کار می انداختند، باید پیش از آنکه آنها را از بین ببرند، این دستگاه ها را در مکانی قرار می دادند تا آژانس بررسی کند که مواد رادیواکتیو از آنها به بیرون نشت نکرده است. اکنون بیش از یک ماه بود که متخصصان نیروگاه این کار را انجام می دادند.

ایران به طور معمول سالیانه تا ده درصد از سانتریفیوژهای خود را به علت خلل فیزیکی یا دلایل دیگر جایگزین می کرد. از آنجا که در آن زمان حدود ۸۷۰۰ سانتریفیوژ در نیروگاه نطنز وجود داشت، به طور عادی باید در طول سال حدود هشتصد عدد از آنها جایگزین می شد.

بعدها آژانس انرژی اتمی، فیلم دوربین های نظارت بر برنامه غنی سازی اورانیوم ایران را که در خارج از اتاق های آبشاری نصب شده بود، بازبینی کرد. مأموران آژانس از شمردن تعداد سانتریفیوژها

ص: ۱۳۸

شگفت زده شدنـد. تعـداد سانتریفیوژهـای جـایگزین شـده بـاورنکردنی بود: تخمین هـای بعـدی نشـان داد که بین هزار تـا دو هزار سانتریفیوژ تنها در طول چند ماه جایگزین شده اند. پرسش این بود: چرا؟

از ایران خواسـته نشد دلیل جایگزینی سانتریفیوژها را اعلام کند و بازرسان نیز از نظر قانونی حق نداشـتند این سؤال را بپرسـند. آنان دسـتور داشـتند بر کـار ایران بـا مواد هسـته ای نظـارت کننـد، نه اینکه اشـکالات موجود را در تجهیزات هسـته ای این کشور کنترل نمایند، ولی مشخص بود چیزی به سانتریفیوژها آسیب رسانده بود.

آنچه بازرسان نمی دانسـتند این بود که پاسـخی که به دنبال آن بودند، در اطراف خودشان مخفی شده بود: درون فضای دیسک ها و حافظه رایانه های نیروگاه. در ژوئن ۲۰۰۹، فردی بدون سـر و صدا یک کرم رایانه ای حرفه ای و ویرانگر را منتشر کرده بود. این کرم به درون رایانه های ایران خزیده بود و تنها یک هدف داشت: برنامه غنی سازی اورانیوم ایران را خراب کند.

امـا این تاریـخ تقریباً یک سال پیش از پی بردن بازرسان به وجود این کرم بود. ده ها محقق امنیت رایانه ای در سراسـر جهان ماه ها زمان صـرف یافتن پاسـخ و رمزگشایی نرم افزاری کردنـد که پیچیـده ترین برنامه ویرانگری است که تاکنون نوشـته شـده است؛ نرم افزاری که سرانجام به عنوان نخستین سلاح سایبری واقعی در جهان، دفتر تاریخ را ورق زد.(۱)

این مسائـل، نشـان دهنـده خطر برای کشورهـا و دولت هـایی است که به شـدت برای ارتباطـات در ابعاد مختلف و تجارت به فضای مجازی

۱- این گزارش از خـبرگزاری فـارس،http:/ /www. farsnews. com/ newstext. php? Nn =۱۳۹۱۰۳۲۱۰۰۱۱۱۷ نقل شده است.

ص: ۱۳۹

وابسته انـد. ظرفیت ایجـاد ویرانی و خرابی در این شـیوه از سوی سازمـان هـا و برخی دولت هـای تروریستی برای فعالیت در فضای مجازی نه تنها نادیده نگرفته شده، بلکه آنها درصدد استفاده بیشتر از این فضا هستند.(۱) در مارس ۲۰۰۷، مرکز پلیس شهر لندن، اسکاتلند یارد(۲) شواهـدی را گزارش کرد کـه القاعـده درصـدد برنـامه ریزی برای حملـه سـایبری و از کـار انـداختن اینـترنت در انگلسـتان است. از سال ۲۰۰۱، پنتـاگون یک قرارگاه فضای مجازی برای مـدیریت خطر چنین حملاتی در فضای وب پدیـد آورد و در سال ۲۰۰۶ یـک راهبرد نظـامی برای عملیات فضای مجازی منتشـر کرد. هم امریکا و هم انگلسـتان منابع بسـیاری برای نظارت و حفظ اینترنت به منظور شناسایی و کشف تهدیدهای تروریست ها یا دیگران اختصاص داده اند. بیشتر کشورها و به ویژه کشورهایی که احتمـال حمله سـایبری به آنها زیاد است، سـرمایه گـذاری فراوانی برای کنترل، اسـتفاده و مـدیریت اینترنت در راسـتای اهـداف خویش کرده اند.(۳) زیرساخت اینترنت در عمل، ارتجاعی و عدول کننده است و این شـرایط برای تجارت دشوار می نماید؛ زیرا با خرابی اینترنت و از دست دادن اطلاعات شخصـی، عملاً آسـیب جـدی به ارتباطات تجاری وارد می کند. راه حل های اینترنتی فقط می توانـد مـانع برخی مراحـل پیشـروی هکرهـا و خرابکـاران سـایبری شود. حفـاظت دولت یـا سازمان ها در مقابله با چنین حملات سایبری، تنها از طریق نظارت و مراقبت پیوسـته، نوآوری و سـرمایه گـذاری شـرکت های بزرگ امنیتی مثل مایکروسافت، سیسـکو، گوگل، یاهو و شرکت های

۱- John Arquilla, and David Ronfeldt, Networks and netwars: The future of terror, crime, and militancy, Rand Corporation, ۲۰۰۲.

۲- Scotland Yard.

۳- هاگس، ۲۰۰۷.

ص: ۱۴۰

بزرگ دیگر است که اغلب در ارتباط و همکاری نزدیک با دولت ها هستند. در آینده با افزایش ظرفیت ها و امکانات اینترنت، حملات و تهدیدها نیز افزایش خواهد یافت. بنابراین، به روزرسانی و تطبیق زیرساخت های اطلاعاتی هر کشور با پیشرفت فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی ضروری است.

حکمرانی بر اینترنت نیز مسئله و موضوعی بین المللی است؛ زیرا از یک سو، برخی کشورها مثل امریکا که حاکمیت اصلی اینترنت را در دست دارند، به خوبی از ظرفیت های آن برای پیشبرد اهداف خارجی و داخلی خود استفاده می کنند و کشورهای دیگر از این ظرفیت بی بهره اند.(۱) از سوی دیگر، به اعتقاد برخی از محققان (۲)ساختار کنونی حاکمیت اینترنت توانسته به خوبی آن را مدیریت کند، ولی برای چالش های آینده کافی نیست؛ چون قوانین بین المللی لازم است و به دلیل ماهیت و ساختار اینترنت، رسیدن به یک توافق و قوانین بین المللی ممکن است سال ها طول بکشد.

تأثیر فضا و محیط رسانه ای جدید بر دیپلماسی

روش های معمول و سنتی دیپلماسی و روابط بین المللی عمدتا بین حکومت ها یا دولت ها و به شکل رودررو انجام می شد؛ زیرا اهرم قدرت

۱- Thierry Balzacq, "The Policy Tools of Securitization: Information Exchange, EU Foreign and Interior Policies," JCMS: Journal of Common Market Studies ,۲۰۰۸, ۴۶(۱), pp ۷۵-۱۰۰.

۲- Rolf H Weber, "Internet of things–Need for a new legal environment?,"Computer law security review, ۲۰۰۹, ۲۵(۶), ۵۲۲-۵۲۷. Terje Rasmussen, "Techno-politics, Internet Governance and some challenges facing the Internet," ۲۰۰۷. Milton L Mueller, Networks and states: The global politics of Internet governance, Mit Press, ۲۰۱۰.

ص: ۱۴۱

و قانون را در دست داشتند و نهادهای مردم بنیاد و گروه های دیگر قبل از اینترنت و ظهور فن آوری های نوین در روابط بین الملل و دیپلماسی وجود داشته اند ولی نمی توانستند در روابط بین الملل چندان نقشی فعال و گسترده ای ایفا کنند، اما فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی جدید، دیپلماسی را در همه ابعاد آن تسریع بخشیده اند.(۱) امروزه، ارتباطات دیپلماتیک روش هایی فراتر از روش های معمول و سختی در تحولات بین المللی استو دیپلمات ها به طور پیوسته نتایج پیشرفت های فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی را دنبال می کنند و مشتاقانه فرآیندها و گفتمان های خویش را تغییر داده اند تا به رسانه های در حال ظهور و کنشگران غیردولتی که عامل دیپلماسی را پیچیده کرده اند، پاسخ دهند.(۲)

واقع، امروزه دیپلماسی که در یک نظام بین المللی چندقطبی عمل می کند، بیش از گذشته نیازمند فن آوری برای کنشگری در تحولات بین المللی است. در حالی که شهروندان و شرکت ها به طور گسترده، از فن آوری های نوین استفاده می کنند، هیئت های دیپلماتیک به همگرایی اعمال دیپلماتیک سنتی و جریان آزاد، سریع و فراگیر اطلاعات مجبورند و این همگرایی سبب تغییر محیطی شده که دیپلماسی در آن عمل می کند.

از نظر گرانت (۳) سه عامل دراین تحولات نقش دارند:

---

۱ - Rose Gottemoeller, From Telegraph to Twitter Ams. Control Diplomacy in the Information Age, Mission of the United States in Geneva Switzerland ۲۰۱۲.

۲ - Seib Philip, Headline Diplomacy: How News Coverage Affect: Foreign Policy, London: Praeger, ۲۰۱۰.

۳ - Richard Grant. The democratization of diplomacy: negotiating with the Internet, Netherlands Institute of International Relations' Clingendael, ۲۰۰۵.

ص: ۱۴۲

●سرعت به کارگیری؛

●افزایش ظرفیت؛

●کاهش هزینه ها.

برخی معتقدند استفاده از فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی جدید، جایگزین برخی نقش های اصلی یک دیپلمات سنتی شده است. یکی از نقاشی های اصلی یک دیپلمات، پیام رسانی و گردآوری اطلاعات است. این نقش با پیشرفت زیرساخت های فن آورانه است و تا حدی با فن آوری جایگزین شده است. البته این به معنای حذف نقش دیپلمات در این زمینه نیست، بلکه به معنای تغییر و نحوه انجام این نقاشی از سوی دیپلمات است.

در مرکز دیپلماسی، ارتباطات مسالمت آمیز بین دو یا چند کشور قرار دارد، ولی دیپلماسی عمومی، مدلی را در عرصه بین المللی بنیان نهاده که دولت نه تنها با همتایان خویش در دیگر کشورها ارتباط برقرار می کنند، بلکه با گروه بسیاری از فعالان جدید مثل سازمان های مردم نهاد (غیردولتی)، شهروندان، روزنامه نگاران و تاجران به طور مستقیم و به شیوه های مختلف با استفاده از ابزارهای گوناگون در راستای اهداف سیاست خارجی ارتباط برقرار می نمایند.(۱) در این زمینه، فن آوری های نوین، نیروی محرکه اصلی دیپلماسی عمومی شده اند که چالشی برای همه دیپلمات ها در جامعه اطلاعاتی پدید آورده است.

به واقع، سیاست مداری قرن ۲۱ که با آزادی اطلاعات در فضای مجازی، جامعه مدنی و نوآوری و تحول اطلاعات روبه رو شده است(۲) هیأت های

۱- Filippoo proedrou, and Christos A. Frangonikolopoulos, "Russia's Reemergence in the Global System: Globalising or Anti-Globalising Force?"Journal of Contemporary European Studies. ۲۰۱۰, ۱۸۰۱), pp. ۷۹-۹۰.

۲- Rose gottemoeller, fiom telegraph to twitler: arms control diplomacy in the information age mission of the unitel states in geneva Switzerland, ۲۰۱۲.

ص: ۱۴۳

خـارجی را مجبور می کنـد برای پویایی بیشتر در نظام بین الملل از فن آوری های جدیـد اسـتفاده کننـد. با وجود این، سـیاست بین المللی در قرن ۲۱ بـه طـور روزافزون نظـامی شــده و وقـایعی چـون افشـاگری ویکی لیکس(۱) موجب سـرمایه گـذاری بیشـتر در دیپلماسـی مجـازی گردیـده است. نمونه هـای بیشتری را می توان به عنوان ارزیـابی انطباقی دولت ها در چنین شـرایطی مطرح کرد. همـان گونه که پیشتر اشـاره کردیم، امریکـا سـفارت خانه مجازی خود را در دسامبر ۲۰۱۱ در تهران افتتـاح کرد کـه به رغم روابط دیپلماتیک تیره میان دو کشور به ایرانیان سـرویس و اطلاعات ارائه کند. این یک تخطی کلاسـیک از دیپلماسـی سـنتی است. دلیل افتتـاح این سـفارت خـانه مجـازی، تعامـل آنلاین و از بین بردن شـکاف میان ایرانیان و امریکاییان گفته شـده که از زمان قطع رابطه دیپلماتیک دو کشور در بیش از سـی سال بیشتر به وجود آمده است. این نوع سـفارت خانه با عملکرد دیپلماسی عمومی می کوشد اطلاعاتی درباره سیاست های دولت آمریکا و اخبار ایران ارائه کند.(۲)

وزیر امور خارجه پیشـین و امریکا، این پروژه بی سابقه اینترنتی را یک وسیله تماس برای برقراری بدون ترس میان دو ملت نامید. در ویـدیویی اسـتقبال وب سایت سـفارت، هیلاری کلینتون با اشاره به فن آوری های جدیـد ماننـد وب سایت گفت: ایرانیان می توانند اطلاعات مربوط به فرصت های تحصیلی در امریکایا دریافت ویزا را برای دیدن

از امریکا جست و جو و پیدا کنند.

۱- WikiLeaks

۲- سایت سفارت مجازی امریکا ۲۰۱۲ به آدرسی: persian.iran.usembassy.gov/

ص: ۱۴۴

مقامات وزارت امور خارجه آمریکا گفتند: سفارت مجازی می تواند مشکلات ایرانیان را برای سفر به امریکا کاهش دهد. این وب سایت همچنین با هدف افزایش تعداد دانشجویان ایرانی در امریکا راه هایی برای دانشجویان ایرانی ارائه می کند که به دنبال ادامه تحصیل در دانشگاه های امریکا هستند.

وندی شرمن، معاون وزیر امور خارجه آمریکا در امور سیاسی گفت: هدف این پروژه آنلاین این است که پرده الکترونیکی را که از سوی تهران برای جلوگیری از پیوندهای اینترنتی میان ایرانیان و جهان خارج برافراشته شده، از میان بردارد. البته این نخستین بار نیست که دولت امریکا سفارت مجازی تأسیس می کند. وزارت امور خارجه به امریکا تا کنون تجربه راه اندازی سفارت خانه های مجازی در برخی کشورهای آسیا - ترکیه و عربستان - و همچنین برخی کشورهای اروپایی را دارد، ولی برخلاف سفارت خانه مجازی امریکا در تهران، محل استقرار این سفارتخانه های مجازی در داخل ساختمان سفارتخانه های مستقر در این کشورهاست، اما خدمات ارائه شده به صورت اینترنتی بوده و متقاضیان دریافت روادید با ارسال مدارک خود به صورت اینترنتی، تنها در زمان ارائه مصاحبه به دفاتر کنسولی مراجعه می کنند.

به علاوه، سوئد، فیلیپین، استونی، صربستان، کلمبیا، مقدونیه و آلبانی سفارت خانه های مجازی در وب ایجاد کرده اند. نمونه دیگر، ترویج دیپلماسی الکترونیکی و مجازی از سوی دولت اوباما و ایجاد اداره ای برای افزایش مدیریت دانش، همکاری الکترونیکی و تصمیم گیری فن آوری اطلاعات همراه با حفظ حضور مجازی در فضای مجازی است.

ص: ۱۴۵

همچنین، دولت انگلستان فعالانه در حال به کارگیری و استخدام «دیپلمات های الکترونیک»(۱) در توسعه حوزه اطلاعات از طریق شبکه هـای اجتماعی مثل توییتر و فیسبوک است. در حقیقت، فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی و فضای مجازی بیش از هر زمان دیگر بر زندگی سیاسی و دیپلماتیک اثر گذاشته است و دیپلماسی جدیدی پدید آورده که بدان «دیپلماسی سایبر» می گویند.

دیپلماسی سایبر (مجازی)

دیپلماسی سایبر (مجازی)

پیش تر اشاره کردیم که چگونه تحول و انقلاب اطلاعات در عصر دیجیتال تأثیر قابل توجهی بر دیپلماسی گذاشته است؛ تأثیراتی که موجب شکل گیری نوعی دیپلماسی جدید به نام دیپلماسی سایبر(۲) یا مجازی(۳) یا دیپلماسی فوری(۴) یا دیپلماسی زمان واقعی(۵) گشته است.(۶) ذکر این نکته ضروری است که اولاً، هیچ تعریف استانداردی از دیپلماسی مجازی وجود ندارد، و دوم اینکه، مطالعات آکادمیک معدودی جنبه های این نوع دیپلماسی را بررسی کرده است، ولی به طور کلی تمایز میان تعریف های محدود و کلان دیپلماسی مجازی سودمند است. در تعریف کلان، دیپلماسی مجازی بر ادغام فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی جدید، به ویژه اینترنت در اعمال دیپلماسی در تمامی سطوح برای تسهیل دست یابی به اهداف دیپلماتیک دلالت دارد؛ در حالی که در تعریف

۱- E diplomats.

۲- cyber diplomacy.

۳- Virtual diplomacy.

۴- instant diplomacy.

۵- real-time diplomacy.

۶- Olesya M Grech, "VIRTUAL DIPLOMACY," Universal-Publishers, ۲۰۰۶.

ص: ۱۴۶

محدود آن، دیپلماسی مجازی به معنای بهره گیری از فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، به ویژه اینترنت در انجام دادن اعمال و نقش های دیپلماسی، یعنی معرفی، اطلاعات، مذاکره، ارتباطات و... است.(۱)

هر چند سولومون در سال ۱۹۹۷ دیپلماسی مجازی را به عنوان تعاملات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی تعریف کرد که از طریق ابزارهای الکترونیک به جای ارتباطات رو در رو انجام می گیرد، ولی او روشن می کند که گرچه مجازی بر نبود واقعیت دلالت می نماید، با وجود این، دیپلماسی مجازی یک دیپلماسی واقعی است؛ زیرا تعاملات میان مقامات رسمی کشورها و حکومت های مختلف به طور واقعی در این فضا انجام می گیرد. در حقیقت، این نوع دیپلماسی بر نقش فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و فضای مجازی در انجام دیپلماسی در قلمرو جهانی تأکید دارد. به طور دقیق تر، این نوع دیپلماسی دربردارنده تصمیم گیری، همکاری، ارتباط و عمل در روابط بین الملل با کمک فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی است.(۲) همچنین دیپلماسی مجازی، ابزار ارتباط دیپلماسی کلاسیک شمرده می شود، ولی اکنون به مدد پیشرفت های فن آوری، چنین فعالیت کلاسیکی به شیوه های مختلف و از سوی طیف گسترده ای از افراد، از جمله افرادی که دیپلمات های حرفه ای نیستند، انجام می گیرد.(۳) در حقیقت، دیپلماسی مجازی، خود عامل گسترش دیپلماسی عمومی شده است. از سوی دیگر، دیپلماسی مجازی

۱- Todd Martin, "Virtual Diplomacy," A Student Journal of International Affairs, ۲۰۰۱, ۲.

۲- بنیاد صلح امریکا، ۲۰۰۶.

۳- Gordon S Smith, Reinventing Diplomacy: A Virtual Necessity, US Institute of Peace, ۲۰۰۰.

ص: ۱۴۷

مدلی از دیپلماسی است که در آن، دولت های جهان با استفاده از ابزار و دانش فن آوری، راهبردهای سیاسی و اقتصادی خود را در سطح بین المللی تبیین می کنند. دیپلماسی مجازی در ساده ترین تعریف، بهره گیری از ابزارهای فن آوری اطلاعات و ارتباطات نوین برای تبیین، گسترش و ارتقای سطح اثربخشی دستگاه دیپلماسی یک کشور در فضای مجازی است.

پیشرفت فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی در عصر دیجیتال، بهبود نقش های دیپلماتیک در معرفی، مذاکرات، گزارش دهی، تسهیل و همکاری را تقویت کرده است. این گونه دیپلماسی، مردم داخل و خارج کشورها را به هم نزدیک می کند و به دیپلماسی امکان می دهد از طریق رسانه های جهانی و فن آوریهای نوین ارتباطی انجام شود. در حقیقت، دیپلماسی مجازی یک الزام و ضرورت جدید برای دولت ها در جهان است. این دیپلماسی از اهداف سیاست خارجی حمایت، منافع ملی را بیشتر، و امنیت ملی را از طریق تلاش های مجازی تقویت می کند که در کنار اثرگذاری بر موضوعات خارجی، روابط میان ملت ها را در جهان گسترش می دهد. دیپلماسی مجازی، طبیعت و ماهیت خاص خود را دارد و شناخت چنین ماهیتی، می تواند در شناسایی دیپلماسی مجازی سودمند باشد.

ماهیت دیپلماسی مجازی عبارت است از:

۱. ورود فن آوری اطلاعات و ارتباطات به عرصه دیپلماسی؛

۲. گسست انحصار اطلاعات روابط خارجی که پیش تر در تصرف دولت و وزارت خارجه بود؛

۳. تماس مقامات عالی رتبه و حذف وزارت خارجه و تشریفات هرمی دیپلماتیک؛

ص: ۱۴۸

۴. پایان انحصار تماس ها و ملاقات ها و مرگ ملاقات های سنتی و رسمی؛

۵. ظهور رقبای جدید؛

۶. درهم ریختن فاصله، زمان و مکان؛

۷. ضرورت شفافیت و پاسخ گویی به افکار عمومی؛

۸. موضوع های جدید و دگرگونی های روزافزون روش ها در دیپلماسی.(۱)

دیپلماسی برخلاف کار بیشتر بخش های دیگر دولت یک تجارت رقابتی است. کشورها (و دیگر کنشگران بین المللی) با یکدیگر رقابت و همکاری می کنند و در آینده دیپلماسی، بازی دست کسانی (و دولت هایی) خواهد بود که سریع ترین سازگاری را با واقعیت ها و فرصت های دنیای به هم پیوسته فضای مجازی بپذیرند و آن را به کار گیرند.

فن آوریهای نوین ارتباطات و اطلاعات به عنوان عامل مثبت در دیپلماسی

در شکل قدیم سیاست خارجی، دیپلمات ها مشغول گردآوری و تهیه اطلاعات هستند و پیام رسان، مذاکره کننده و گاهی به عنوان میانجی در امور بین الملل عمل می کنند. به علاوه، دیپلمات ها مشغول حل اختلاف ها، مصالحه و دیپلماسی پیشگیرانه اند. فن آوری اطلاعاتی و ارتباطی می تواند در مدیریت اطلاعات به دیپلمات ها یاری رساند. اطلاعات، هسته اصلی دیپلماسی است. مذاکرات، تصمیم گیری ها،

۱- Martin dia, virtuol diplomacy, diplomacy of the digital age, newyork: weiley, ۲۰۰۶.

ص: ۱۴۹

سیاست ها و کنش ها همه بر اساس اطلاعات انجام می گیرد. اطلاعات به دلیل ماهیت حساس آن و اعتماد، برای جامعه دیپلماتیک مهم و حیاتی است و فن آوری های نوین نقش حیاتی در ارائه ابزارهای اصلی برای اطمینان بخشی از مدیریت بهینه اطلاعات ایفا می کنند.(۱) در دیپلماسی سنتی، یک هیئت و گروه اصلی، مسئول گرد آوری اطلاعات از منابع اصلی برای افراد مذاکره کننده است، ولی از طریق فضای مجازی و فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، صنایع دسترسی به اطلاعات، متنوع و راحت تر گردیده و دسترسی به اطلاعات زمینه ای دیگر آسان شده است. آمارهای اقتصادی دولت ها، نهادها و ویژگی های جمعیت شناختی کشورها و حتی چشم انداز دولت ها و گرو هها در عرصه های گوناگون از طریق اینترنت قابل دریافت است. یکی از نقش های اصلی دیپلماسی، مذاکره است. مذاکرات دوجانبه و چند جانبه از فن آوری های نوین بهره های لازم را برده اند و هر مرحله از مذاکره با بهره گیری از فن آوری های نوین راحت تر و سریع تر شده است. همچنین در شرایط حساس جهانی، ارتباطات گسترده در ایجاد، حفظ و افزایش روابط لازم است. در چنین موقعیت هایی، فن آوری های نوین می توانند در فرآیند انتقال اطلاعات و ایجاد کانال های گفت و گو مؤثر واقع شوند. (۲)

همچنین هنگام بروز اختلاف میان دو یا چند کشور یا یک گروه با یک کشور، تبادل و اشتراک اطلاعات نقش اصلی را در حل

۱- Milka radansvis diplomacy in the information age, mcclelland stewart inc, ۲۰۱۰.

۲- Ben Fong, "Didn't you get the memo": Changing Discourses of Diplomacy in the Age of Information.' International Affair: Review, ۲۰۱۰, ۱۸ (۳).

ص: ۱۵۰

اختلاف ها و رسیدن به سطح مصالحه و آشتی ایفا می کند.(۱) از این رو، فن آوری های نوین نه تنها می توانند در تبادل اطلاعات مؤثر باشند، بلکه می توانند فضای بحث باز را میان طرفین پدید آورند و در دریافت بازخوردهای لازم میان طرف های درگیر مؤثر باشند و سریع عمل کنند. در نتیجه رسیدن به مر حله توافق، راحت و مؤثر خواهد بود.

فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی به عنوان تقویت کننده و تعدیل کننده قدرت نرم و سخت در روابط بین الملل

اشاره

فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی به عنوان تقویت کننده و تعدیل کننده قدرت نرم و سخت در روابط بین الملل

یکی از جنبه های اصلی دیپلماسی مجازی، کمک به بهره گیری از قدرت نرم در دست یابی به اهداف خاص است. قدرت نرم به عنوان استفاده از رویکرد تشویقی و ترغیبی اثرگذاری در روابط بین الملل تعریف شده و به معنای توانایی دست یافتن به اهداف دولت ملت یا اهداف دولت مجازی بدون استفاده از زور و اجبار است که گاهی از آن به «فشار غیرمستقیم» نیز یاد می شود.(۲)

از دیدگاه نای، قدرت در عمومی ترین سطح، یعنی توانایی به دست آوردن نتایجی که شخص خواهان آن است.(۳) از این رویکرد، بدون قدرت، رهبری امکان پذیر نیست. کسانی که در یک رابطه، قدرت بیشتری دارند، برای ایجاد تغییر یا مقاومت در برابر آن از جایگاه بهتری

۱- Piers robinson, the cnn effect: can the news media drive foreign policy?, review of intemational studies. ۲۵(۲), ۳۰۱-۳۰۹, ۱۹۹۹.

۲- ژان میلسن و همکاران، دیپلماسی عمومی نوین؛ کاربرد قدرت نرم در روابط بین الملل، ترجمه: رضا کلهر و سید محسن روحانی.

۳- جوزف نای، قدرت نرم، ترجمه: محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، ص ۳۸.

ص: ۱۵۱

بهره مند هستند.(۱) همچنین قـدرت به معنـای توانـایی اثر گـذاری بر رفتـار دیگران به منظور اتفاق افتادن آن چیزی است که ما می خواهیم. بنـابراین، به طور خـاص، قـدرت قـابلیت نفوذ در رفتـار دیگران برای حصول به نتایـج دلخواه است. این مفهوم به دو بخش تقسیم می شود: نرم (ارزش ها، فرهنگ، سیاست، نهادها، تنظیم اولویت ها و جذب مخاطب) و سخت (قدرت نظامی و اقتصادی).

به تعبیر نـای، «پایان جنگ سـرد، آغاز جنگ نرم» به شـمار می آیـد و فضای مجازی ابزار قـدرت نرم، و قـدرت نرم نیز مرجع تولید فضای مجازی شده است.(۲) بر این اساس، در فضای مجازی وضـعیت به نحو پیچیـده و شـبکه ای تعریف می شود. جوزف نای در تازه ترین اثر خود با عنوان آینـده قـدرت(۳) این اسـتدلال را مطرح می کنـد که در دنیـای اطلاعـات که بر ناامنی در فضای سایبری مبتنی است، توزیع قـدرت در قیـاس با انتقال قـدرت می توانـد تهدیـد بزرگ تری برای دولت ها باشـد.(۴) ازاین رو، در خصـوص فضای مجازی و قدرت، دو رفتار قدرت مطرح می شود: رفتار قدرت سخت و رفتار قدرت نرم.

رفتار قـدرت سـخت بر پایه اجبار و پرداخت قرار دارد، ولی رفتار قـدرت نرم بر اساس تـدوین دسـتور کار، جـذب یا ترغیب اسـتوار است. حتی کشورهای بزرگی مانند امریکا که منابع عظیمی از قدرت سـخت و نرم در اختیار دارند، خود را در حال تقسـیم عرصه با بازیگران جدید و مواجه شدن با مشکلات بیشتر در کنترل مرزهای شان در حوزه سایبر

۱- Joseph S Nye, The powers to lead, Oxford University Press, ۲۰۰۸.

۲- قدرت نرم، ص۱۱۳.

۳- The Future of Power.

۴- Joseph S Nye, The Future of Power, US: Public Affairs, ۲۰۱۱.

ص: ۱۵۲

می یابند. فضای سایبر، جای فضای جغرافیایی را نخواهد گرفت و حاکمیت دولت را منسوخ نخواهد ساخت، ولی پراکندگی قدرت (و ایجاد پاد قدرت) در فضای سایبر وجود دارد که اعمال قدرت را در هر یک از این ابعاد به شدت پیچیده خواهد ساخت.(۱)

جوزف نای نیز در آینده قدرت به نوع دیگر نگاه کردن به قدرت و پاد قدرت (یا به زعم او، قدرت سخت و قدرت نرم) در حوزه سایبر پرداخته و سه وجه قدرت رابطه ای را مد نظر قرار داده است: (نای، ۲۰۱۱)

جدول ۳ ۳. سه وجه قدرت در فضای مجازی

جدول ۳ ۳. سه وجه قدرت در فضای مجازی

سه وجه قدرت در فضای مجازی

مصادیق قدرت

وجه اول:

«الف»، «ب» را به انجام کاری وادار می کند که خود «ب» در شرایط عادی آن را انجام نمی داد.

قدرت سخت: ممانعت از حملات سرویس، جاسازی بدافزارها، ایجاد اختلال در کنترل نظارتی و گرد آوری داده ها (۲)(SCADA) و دستگیری وبلاگ نویسان

قدرت نرم: برنامه های تبلیغاتی برای تغییر سلایق اصلی هکرها، جذب اعضای سازمان های تروریستی

وجه دوم:

کنترل دستور کار(۳)؛ «الف» با کنار گذاشتن «ب»، «ب» را از انتخاب منع می کند.

قدرت سخت: فایروال ها فیلترها، و فشار بر شرکت ها برای کنار گذاشتن برخی عقاید

قدرت نرم: کنترل آی.اس.پی ها و موتورهای جست وجو، قوانین (۴)(ICANN) درباره نام دامنه ها، استانداردهای پذیرفته شده در خصوص نرم افزارها

۱- Ibid.

۲- SCADA (Supervisory Control and Data Acquisition).

۳- Agenda Control.

۴- ICANN (Internet Corporation for Assigned Names Numbers).

ص: ۱۵۳

وجه سوم:

«الف»، سلایق «ب» را طوری شکل می دهد که برخی از راهبردها، حتی مطرح هم نمی شوند.

قدرت سخت: تهدید به تنبیه وبلاگ نویسانی که مطالب سانسور شده را منتشر می کنند

قدرت نرم: اطلاعات برای ایجاد اولویت ها (مثلاً ـ تحریک ملی گرایی و هکرهای میهن پرست(۱))، به وجود آوردن هنجارهای انزجارآور (همچون هرزه نگاری کودکان)

در فضای مجازی، شواهدی از رفتار قدرت و پاد قدرت را می توان در تمامی جنبه ها یافت. نخستین وجه قدرت، قابلیت یک بازیگر برای وادار کردن دیگران به انجام دادن چیزهایی برخلاف سلیقه یا راهبردهای اصلی خودشان است. نمونه های مرتبط با قدرت سخت می توانند شامل حملات انکار سرویس، به علاوه دستگیری وبلاگ نویسان مخالف یا به نوعی جلوگیری از کار آنها باشد. برای مثال، در دسامبر ۲۰۰۹، چین یک وبلاگ نویس و فعال کهنه کار حقوق بشر را به نام لیو جیابو(۲) به دلیل تحریک به براندازی نظام به یازده سال حبس محکوم کرد و محدودیت های جدیدی برای ثبت و راه اندازی وب سایت ها از سوی افراد وضع نمود. یک ارائه دهنده خدمات میزبانی وب در چین این یادداشت را گذاشته بود که «به مدت نه سال یک کار موفق و قانونی را اداره کرده ام، ولی اکنون ناگهان به من می گویند کاری که می کنم، مرا یک مجرم می سازد».(۳)

در زمینه قدرت نرم، یک فرد یا سازمان ممکن است بکوشد دیگران

۱- patriotic hackers.

۲- Liu Xiaobo.

۳- The economist, don,t. mess with us, the economist, January ۲, ۲۰۱۰, ۳۱.

ص: ۱۵۴

را متقاعد سازد تا رفتارشان را تغییر دهند. هنگامی که مقامات ژاپنی مواضعی در پیش گرفتند که مغایر نگرش چینی ها درباره روابط دهه ۱۹۳۰ میان دو کشور بود، حکومت چین از اینترنت برای بسیج دانش آموزان به منظور تظاهرات بر ضد ژاپن استفاده می کرد. هدف ویدیوهای القاعده و به تازگی جبهه النصره در سوریه در اینترنت، جذب افراد برای آرمان خودشان، و مثالی دیگر در خصوص استفاده از قدرت نرم برای تغییر افکار و سلایق اصلی مردم است.

دومین وجه قدرت، تدوین یا تعیین برنامه است که در آن یک بازیگر با کنار گذاشتن راهبردهای بازیگران دیگر، گزینه های پیش روی آنان را حذف می کند. اگر این کار خلاف میل آنها باشد، آن گاه جنبه ای از قدرت سخت خواهد بود؛ و اگر به عنوان یک کار مشروع پذیرفته شود، مثالی از قدرت نرم است. نای با استناد به طرح شبکه آزاد،(۱) معتقد است دست کم چهل کشور از فیلترها و فایروال های به شدت محدودکننده استفاده می کنند تا جلو بحث درباره موضوعات مشکوک را بگیرند. هیجده کشور درگیر سانسور سیاسی هستند که این مسئله در چین، ویتنام، لیبی، اتیوپی و عربستان چشم گیر توصیف شده است. افزون بر اینها، بیش از سی کشور بنا به دلایل اجتماعی، سایت های مرتبط با موضوعاتی چون سکس، قمار و مواد مخدر را فیلتر می کنند. حتی خود امریکا و بسیاری از کشورهای اروپایی به صورت «گزینشی» این کار را انجام می دهند. این کار گاهی پذیرفته می شود و گاهی نه. اگر فیلترینگ مخفیانه و محرمانه باشد، برای شهروندان دشوار است که بدانند چه چیزی را نمی دانند! فن آوری های فیلترینگ نسل اول، در نقاط به اصطلاح

۱- Open Net Initiative.

ص: ۱۵۵

بازرسی اینترنتی نصب می شونـد و کارشان جلوگیری از دسترسی به فهرستی از پیش تعیین شده از وب سایت ها و آدرس هاست. آنها اغلب برای کاربران شناخته شده هستند، ولی اکنون آنها را با فن آوری های هوشمندتری تکمیل کرده اند که پنهان کارتر و پویاتر است و درست به موقع دشمنان را هدف قرار می دهد.

در برخی موارد، آنچه برای یک گروه قدرت سخت به نظر می رسد، برای دیگری جذاب پنداشته می شود. پس از شورش های ژینگ جیان(۱) در سال ۲۰۰۹، چین هزاران وب سایت را مسدود و پیامک ها را سانسور کرد. این کار ارتباطات را برای ساکنان منطقه مشکل تر ساخت، ولی در مقابل، سبب رواج جایگزین های داخلی برای سایت هایی چون یوتیوب، فیس بوک و توییتر گردید که از نظر هکرهای میهن پرست جالب بود.(۲)

همچنین وقتی صنعت موسیقی بیش از دوازده هزار امریکایی را به دلیل سرقت مالکیت معنوی از طریق دانلود غیرقانونی موسیقی تحت پیگرد قرار داد، کسانی که تحت پیگرد قرارگرفته بودند و نیز خیلی هایی که از آنها شکایت نشده بود، این تهدید را به عنوان قدرت سخت پنداشتند، ولی هنگامی که یک شرکت فراملی مانند اَپل تصمیم می گیرد اجازه ندهد برنامه های خاصی روی آیفون دانلود شوند، بسیاری از خریداران حتی روح شان نیز از این مخاطرات خبر ندارد، و تعداد اندکی از آنها الگوریتم هایی را که جست وجوهای شان را هدایت می کند، درک می کنند.

۱- Xingjian.

۲- Jonathan Ansfield, and Sharon LaFraniere, China under stress: The Xinjiang question, New York Times, March, ۴, A۷, ۲۰۱۰.

ص: ۱۵۶

سومین وجه قدرت این است که یک بازیگر به سلایق اصلی بازیگران دیگر شکل می دهد تا برخی از راهبردها، حتی مجال مطرح شدن هم نیابند. هنگامی که شرکت ها تصمیم گرفتند از یک کد به جای کد دیگر برای محصولات نرم افزاری شان استفاده کنند، خریداران اندکی به این موضوع توجه کردند.

حکومت ها نیز ممکن است تبلیغاتی را برای نامشروع ساختن عقاید معیّنی انجام دهند؛ چنان که چین، مذهب فالون گونگ(۱) و انتشار اندیشه های آن را در اینترنت محدود ساخته و بدین ترتیب، شناختن آن را برای مردم چین مشکل کرده است. در ایران نیز وبلاگ ها و سایت های ترویج بهائیت یا دیگر آیین های انحرافی با محدودیت مواجه هستند. عربستان نیز برخی از سایت های دارای رویکرد دینیِ معارض با نسخه ترویجی از اسلام را در این کشور برای شهروندانش غیر قابل دسترس ساخته است. حتی دولت امریکا تدابیری بر ضد شرکت های کارت اعتباری وضع کرده تا قماربازی اینترنتی برای شهروندانش ناممکن گردد. فرانسه و آلمان از بحث درباره ایدئولوژی نازی در اینترنت جلوگیری می کنند. در موارد معدود، همچون هرزه نگاری کودکان، اجماعی گسترده در تمامی فرهنگ ها برای محدود ساختن دسترسی به برخی عقاید و تصاویر وجود دارد.(۲)

ادبیات موجود در زمینه ارتباط میان قدرت نرم و فضای مجازی نشان میدهد شبکه های مختلف اینترنتی با خدمات متعدد و متنوعی که ارائه می دهند، می توانند به عنوان ابزاری برای قدرت نرم (یا پاد قدرت) عمل

۱- Falun Gong religion.

۲- The Future of Power, ۲۰۱۱.

ص: ۱۵۷

کنند.(۱) قـدرت سایبر برای تولیـد نتایـج ترجیحی در درون فضای سایبر، یا ابزارهای سایبر برای تولید نتایج ترجیحی در دیگر ابعاد خارج از فضای مجازی اسـتفاده می شود. این مسـئله درباره افزایش قدرت نرم در نظام بین الملل درست است. مفهوم قدرت نرم در قدرت جذب به جای اجبار یا زور است. افزایش مشـروعیت و پذیرفتن آرمان های سیاسـی، اجتماعی و فرهنگی یک کشور از سوی شهروندان و دیگر کنشگران در نظام بین الملل، نشان دهنده افزایش قدرت نرم است. از آنجا که قدرت نرم بیشتر بر عقاید و ایده ها تأکیـد دارد، با ظهور فضای مجازی و رسانه های نوین، برخی از ایده ها و عقاید موفق شده اند یا شـکست خورده اند؛ زیرا برخی از کنشـگران فعـال در عرصه جنگ نرم و افکار عمومی از فضاهای مجازی اسـتفاده بهینه کرده، پیام شان را به مخاطبان فراوان مجازی در محدوده جهانی گسترش داده اند و برخی از ایدهها و عقاید به دلیل عدم تطبیق با شرایط فن آوری و نیاز امروز افکار عمومی در جهان، شکست خورده یا ضعیف شده اند.(۲) رسانه ها در جنگ نرم و افکار عمومی نقش فراوانی دارند و اینترنت با توسـعه فضای مجـازی، نه تنهـا رسـانه هـای سـنتی دیگر را در خود جـای داده، بلکه بـا وبلاـگ هـا و فروم هـای تعـاملی و شـبکه هـای اجتماعی، اثرگذاری بر افکار عمومی را دو چندان کرده و موجب بازاندیشی در عرصه دیپلماسی و روابط بین الملل شده است.

جست وجو و ایجاد شـبکه های درست برای اِعمال تأثیر بر بحث های سـیاست خارجی و تصمیم گیری ها، امری حیاتی در تحولات بینالمللی

۱- سعیدرضا عاملی، مطالعات انتقادی استعمار مجازی آمریکا: قدرت نرم و امپراتوری های مجازی، ص ۳۳.

۲- Daniel Ventre, ed, Cyberwar and Information Warfare, John Wiley Sons, ۲۰۱۲.

است. برخی شبکه ها پیش تر در اینترنت شکل گرفته و برخی از سوی دولت ها برای اثرگذاری بر بحث های سیاست داخلی و خارجی در فضای مجازی و شکل دهی به آن ایجاد شده اند تا از این فضا برای شکل گیری عقاید و آگاهی از افکار عمومی استفاده کنند.(۱) این شبکه ها، وب سایت های عمومی یا اتاق های چت نیستند، ولی می توانند در مشارکت عموم مؤثر واقع شوند. یکی از شبکه های عمومی گسترده و اثرگذار بر عموم، ویکی پدیاست که طیف گسترده ای از مسائل بین المللی معاصر و برخی موضوعات را با جزئیات فراوان تحت پوشش قرار میدهد. امروز ویکی پدیا به قدری گسترش یافته که افزون بر عموم مردم که برای دسترسی به اطلاعات اولیه از آن استفاده می کنند، افراد تحصیل کرده نیز برای دسترسی و هدایت به اطلاعات بیشتر به دیگر منابع ارزشمند و معتبر از ویکی پدیا بهره می گیرند.

شبکه های عمومی دیگری برای کارشناسان در حوزه های مختلف وجود دارد. افراد فعال در عرصه سیاست خارجی، باید از محل موضوع های مورد بحث خود آگاه شوند. حضور و دیده شدن در این فضاهای عمومی برای اثرگذاری مهم است. ظاهر شدن دیدگاه های یک دولت در صفحه نخست جست وجوی وب از طریق موتورهای جست وجو برای اثرگذاری بر افکار عمومی جهانی مهم تلقی می شود. در هر مقاله ویکی پدیا، پیوندهایی به دیگر منابع در وب سایت ها، وبلاگ ها و منابع دیگر وجود دارد که هر کدام از آنها می تواند در جهت گیری مخاطب مؤثر باشد. شبکه های عمومی مثل ویکی پدیا، تفاوت میان

۱- Rupert Brown, and Miles Hewstone, "An integrative theory of intergroup contact," Advances in experimental social psychology, ۲۰۰۵, ۳۷(۳۷), pp ۲۵۵-۳۴۳.

ص: ۱۵۹

حضور فعال و منفعل را نشان می دهد و بیانگر چالش گونه های سنتی قدرت و مشروعیت است. کشورهایی در عرصه دیپلماتیک و تحولات بینالمللی موفق خواهند شد که بتوانند از ظرفیت شبکههای عمومی آگاهی کافی داشته و در آن حضور فعال و مشارکت مؤثر داشته باشند.

در گذشته، رویدادهای وحشتناک و کشتارهای جمعی فراوانی در جهان صورت میگرفت، ولی در معرض دید بسیاری از افراد در جهان نبود و در نتیجه، هیچ واکنش جمعی نیز از سوی افراد و گروه های فعال صورت نمی گرفت، ولی امروز با ظهور رسانه های جدید و فضای مجازی، چنین رویدادهایی در معرض دید جهانی قرار می گیرد و واکنش های مختلفی در پی دارد. در پنجم مارس ۲۰۱۲، کمپین ویدیویی اینترنتی با نام «Kony ۲۰۱۲» برای متوقف کردن جنایات ارتش مقاومت خدا به ویژه بر ضد کودکان و نوجوانان در

ایجاد شد که به بازداشت رهبر آن،

و محاکمه او در

انجامید. کانی ۲۰۱۲ پنج روز پس از انتشار در

، بیش از ۶۵ میلیون و تا تاریخ ۲۴ ژوئن ۲۰۱۲ بیش از نود میلیون بازدیدکننده از سراسر جهان داشت و توجه افراد مؤثر را از سراسر مرزها به خود جلب کرد.(۱)

خارج کردن قلب یک سرباز سوری از سوی یکی از فرماندهان نیروهای معارض در منطقه القصیر در مرکز سوریه و خوردن آن، واکنش های جهانی شدیدی به ویژه در بین رسانه ها، سازمان دیده بان حقوق بشر و دیگر سازمان های بین المللی در پی داشت.(۲) این مورد و نمونههای مشابه دیگر نشان میدهد در شرایط امروزی، قدرت با

۱- en.wikipedia.org/wiki/Kony_۲۰۱۲.

۲- http://www.islamtimes.org/vdcewe۸wvjh۸pxi.b۹bj.html.

ص: ۱۶۰

فن آوریهای ارتباطی و رسانههای جدید متحول گردیده و نقش فضای مجازی در این زمینه برجسته شده است.

زمانی که جمعیت بسیار زیادی از سراسر جهان برای دریافت اطلاعات و ایجاد ارتباط به فضای مجازی روی می آورند، دیپلماسی نیز برای مشارکت و نفوذ کنشگران، موضوع ها، عقاید و راهبُردهای دیپلماتیک خود را تغییر می دهد. مخاطب دیپلمات دیگر به طرف های خارجی و همکاران داخلی محدود نیست، بلکه در دنیای امروز، او تحت فشار است تا به انواع منابع خبری مؤثر که در وب منتشر و تولید می شوند، توجه کند و پاسخ گو باشد.(۱) در سریلانکا، وزیر امور خارجه به تبلیغی واکنش نشان داد که از سوی گروه ببرهای تامیل در فضای مجازی تولید و منتشر شده بود. این شرایط، از محیط و فضای نوین رسانه ای سرچشمه می گیرد و هر گروه، کشور یا فردی بتواند از فرصتهای ایجاد شده برای ایجاد آگاهی، مدیریت دریافت، اعتبار، شهرت و پاسخ گویی استفاده لازم را ببرد، نه تنها بر چالش ها چیره می شود، بلکه بر قدرت نرم خود می افزاید.

از سوی دیگر، فضای مجازی به عنوان شبکه ارتباط جهانی، از طریق تعاملات، زمان واقعی بین مردم در سراسر جهان، فرصت ها و ظرفیت هایی برای ایجاد و تقویت گفت وگوی فرهنگی فراهم می آورد که این مسئله به شکل گیری فهم بهتر بین مردم از فرهنگ ها و ملیت های گوناگون کمک می کند.(۲) در جهان امروز و آینده، هر قدر شهروندان یک کشور فعالانه در تعاملات و گفت وگوهای فضای وب مشارکت کنند،

۱- The democratisation of diplomacy: negotiating with the Internet, ۲۰۰۵.

۲- Wilson P Dizard, Digital Diplomacy: U.S. Foreign Policy in the Information Age, New York: Praeger, ۲۰۰۱.

ص: ۱۶۱

بهتر میتوانند همراه با شناسایی فرهنگ دیگران، فرهنگ خود را به دیگر افراد بشناسانند. تعامل شهروندان و شناخت بهتر از همدیگر، میتواند تسهیل کننده ارتباط کشورها در عرصههای جهانی شود.

در ادامه، به موقعیت هایی اشاره می کنیم که از فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی برای دست یافتن به سه بنیان اصلی دیپلماسی عمومی استفاده می شود.(۱)

مدیریت روابط بین بازیگران اصلی دیپلماسی

مدیریت روابط بین بازیگران اصلی دیپلماسی

روابط دیپلماتیک، دیگر روابط انحصاری نیست، بلکه دیپلماسی، ویژگی انحصاری و توانایی عمل را در چرخه های جزیره ای و حفظ شده از دست داده است. تأثیر در روابط بین الملل، دیگر در یک مسیر، یعنی از کارگزاران/ کارگزار دولت به سمت شهروندان نیست. دیپلماسی دموکراتیک تر از قبل شده است.(۲) این فضای دموکراتیک، استلزامات خاص خود را دارد. دیپلمات ها باید این دموکراتیک تر شدن را بپذیرند و ارتباطات خویش را توسعه دهند و از ابزارهای فن آورانه برای مدیریت بازیگران جدید و قدیمی در نظام بین المللی و جهانی استفاده کنند. شبکه ها و میزهای مجازی، بازیگران اصلی مثل دانشگاهیان، نهادهای مردم بنیاد، شرکت ها، شهروندان و دیاسپوراها،(۳) تعاملات/ مشارکت فعال

۱- Shivam Singh, "Political Actions and Sports Policy," Economic and Political Weekly, ۲۰۱۳, ۴۸(۳۴), pp ۲۰-۲۲.

۲- ۲۰۰۵ ,The democratisation of diplomacy: negotiating with the Internet.

۳- جوامع دور از وطن یا دیاسپورا (به انگلیسی: Diaspora) به پراکندگی، مهاجرت یا آوارگی گروهی از مردم اطلاق می شود که دور از خانه و کاشانه اصلی خویش زندگی می کنند و در دنیا پراکنده شده اند. دیاسپورا حاصل جابه جایی سرزمینی میان دولت ها و مهاجرت های گسترده فرامرزی است که بنا به ضرورت های سیاسی، اقتصادی و گاهی اعمال محدودیت هایی برای گروه های قومی و مذهبی صورت می گیرد. در این حالت، معمولاً پیوندها و تعلقات اقلیت های قومی مذهبی مهاجر یا سرزمین اصلی همچنان پا برجا می ماند.

ص: ۱۶۲

در حوزه وبلاگ و رسانه های اجتماعی را به همـدیگر وصل میکنند که می تواند اعتماد و اطمینان و اعتبار را میان بازیگران جدید، مثل سازمان های مردم بنیاد و شـهروندانی فراهم کنـد که قدرت بسیج کنندگی در حوزه عمومی را گسترش داده اند. سـریلانکا را میتـوان مثـال خوبی از دولت هـا دانست که برای صـلح و آشـتی و برخورد بـا کنشـگران مختلف در سـناریوی بعـد از اختلافـات، از بسترهـای رسـانه ای نوین در افزایش تلاـش هـای صـلح طلبـانه در مؤسـسه کادیرگامار(۱) اسـتفاده کرد. بنابراین، بازیگران قـدیمی دیپلماسـی می تواننـد از پیشـرفت هـای فن آورانه سود ببرنـد و راه هـای ارتباطی را امن نماینـد و برای ارتباطات مختلف بگشاینـد و روابط میان کنشگران و طرفهای مختلف را با ایجاد اطمینان و شفافیت بر موضوعات مورد مذاکره تقویت کنند.

مدیریت وجهه در نظام بین المللی

مدیریت وجهه در نظام بین المللی

زمـانی که عوامـل خارجی دولت و کارگزاران امور خارجی با مسـئله مـدیریت وجهه و اعتبار روبه رو می شونـد، روابط عمومی در دیپلماسـی سـنتی تحت فشـار پروتکل های سـخت قرار می گیرد، اما قرن ۲۱ وجهه جدیـدی به روابـط عمومی در عرصه بین المللی بخشیده است. پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، نکته ای که از سوی بیشتر شـهروندان امریکایی پرسیده شد، این بود که «چرا آنها از ما این قدر متنفرند؟»(۲) و این مسئله، موجب

۱- Kadirgamar Institute.

۲- Why do they hate us so much?.

ص: ۱۶۳

شکلگیری هشدار ضدامریکایی گرایی جهانی شد و تبعات آن این بود که جنگ جهانی بر ضد ترور، نیازمند جنگ طولانی برای به دست آوردن قلب ها و ذهن ها در محدوده جهانی است و پیشبرد این امر بیشتر به «جنگ اطلاعاتی» متکی است تا نظامی.(۱) همان گونه که پیش تر گفتیم، دولت اوباما با ایجاد اداره دیپلماسی الکترونیک(۲) از طریق ابزارهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی، سرمایه گذاری فراوانی بر «جنگ اطلاعاتی» برای فعالیت در زمینه مدیریت وجهه کرده است و هم اکنون، امریکا ۱۵۰ کارمند ثابت در منزل و نهصد دیپلمات در خارج از کشور دارد که از یوتیوب، توییتر و وبلاگ ها برای کارهای دیپلماتیکی شان استفاده می کنند. با گذشت زمان نیز این کشور راهبردهای چندوجهی و پیچیده تری را در نظر می گیرد.

مثال دیگر در این زمینه، وزارت امور خارجه انگلستان است که یک وب سایت تعاملی، وبلاگ نویسانی برجسته و پیوندهایی به یوتیوب و فلیکر را اداره می کند تا بتواند با استفاده از فن آوری های نوین و رسانه های جایگزین، وجهه انگلستان را حفظ کند و در سطحی دیگر، موجب افزایش اعتبار و وجهه بین المللی و داخلی انگلستان شود. در حقیقت، انگلستان، پیش قراول به کارگیری دیپلماسی دیجیتالی، و از نخستین کشورهایی است که دیپلماسی ارتباط دیجیتالی را در دستور کار قرار داد و توانست راهبرد خوبی در این زمینه توسعه دهد. در وزارت خارجه انگلستان برای پیشبرد اهداف دیپلماسی، واحد ویژه امور دیجیتالی تشکیل شد. این بخش راهکار هایی در خصوص چگونگی به

۱- N. Taylor, information war: American propaganda, free speech and opinion control since ۹ – ۱۴, seven stories press, ۲۰۰۸.

۲- e – diplomacy.

ص: ۱۶۴

کارگیری رسانه های اجتماعی و فن آوری های جدیدتر و آموزش دیپلمات هاست. همچنین نقش نظارتی را بر عهده دارد؛ زیرا مجبور است فعالیت های پرخطر دیپلمات ها را نظارت و بررسی کند. در هر سفارت خانه، مقامات رسمی درباره نحوه تعامل با کشورهای خارجی آزادی عمل دارند. دیپلمات ها در انتخاب موضوع مورد بحث و نوع اطلاعات ارائه شده به مردم آزادند. بخش دیپلماسی ارتباط دیجیتالی با اختصاص بهترین امکانات و ترغیب بهره گیری از آنها، به دیپلمات ها در زمینه مشارکت در تجربیات مثبت و منفی کمک می کند. البته، عوامل بیرونی چون بحران مالی جهانی و ظهور فن آوری جدید ارتباطی، انگیزه های بیشتری پدید آورده است. نخستین و مهم ترین انگیزش این است که دیپلماسی ارتباط دیجیتالی بسیار مقرون به صرفه تر از راهبردهای سنتی است و به منابع مالی، زمان و افراد کمتری نیاز دارد. مطالعه برنامههای انگلستان نشان میدهد در سالهای آینده بر دیپلماسی ارتباط دیجیتالی بیشتر تأکید خواهد کرد؛ زیرا به کارگیری رسانه های اجتماعی و فن آوری های جدید ارتباطی، این امکان را به دیپلمات ها می دهد تا به مخاطبان گسترده تری دست یابند. دیپلماسی ارتباط دیجیتالی برای انگلستان مهم ترین ابزار به منظور تعامل با جوانان دیگر کشورهاست. برای مثال، مقامات رسمی این کشور می توانند با یک وبلاگ و پیام داخل آن، به هزاران نفر دسترسی پیدا کنند و با اقدامات و تعاملات خود، بر وجهه و اعتبار کشورشان اثر مثبتی بگذارند.(۱)

وجهه و اعتبار خوب می تواند سطح رقابت یک ملت را ارتقا دهد(۲) و

۱- John Hoffman, Reconstructing diplomacy, The British Journal of Politics International Relations, ۲۰۰۳, ۵(۴), pp ۵۲۵-۵۴۲.

۲- Theresa Loo, and Gary Davies, "Branding China: The ultimate challenge in reputation management?." Corporate Reputation Review, ۲۰۰۶, ۹(۳), ۱۹۸-۲۱۰.

ص: ۱۶۵

افزون بر تقویت وجهه ملی میان شهروندان، موجب تقویت تصویر یک کشور بین طرف های خارجی شود که همواره تأثیر مهمی بر همه روابط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی میگذارد. جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی، کمک خارجی، وام بین المللی، تقویت اقتصاد محلی، انتقال دانش، همکاری های فرهنگی و غیره، همه به وجهه و اعتبار کشورها در عرصه بینالمللی بستگی دارد. در حال حاضر، ارتباط و تماس اولیه یک شخص خارجی با یک کشور و ملت دیگر، باواسطه و رسانه ای است و با توجه به نفوذ فضای مجازی و توسعه آن به سمت وب ۳، اطلاعات و متون مختلف فضای وب است که در این ارتباط اولیه، نقش مهم و اثرگذاری دارد و در آینده خواهد داشت. (همان)

برای مثال، اگر کسی برای گذراندن تعطیلات در جزایر کارائیب برنامه ریزی کند، نام مقصد مورد نظر را در گوگل جست وجو و اطلاعات مورد نظر را از وب سایت های مربوط در منطقه به دست می آورد یا از طریق فضای مجازی، تمام اطلاعات و نقشه سه بعدی و دیگر اطلاعات آب و هوایی و حتی حساسیت های فرهنگی منطقه را مطالعه می کند و از آن آگاه میشود. بنابراین، وزارت امور خارجه باید با مقامات محلی مربوطه همکاری کند تا از بهینه سازی وب سایت ها در موتورهای جست وجو و دسترسی اطلاعات لازم برای خارجی ها اطمینان حاصل نماید. وب سایت های تعاملی و اطلاعاتی، وبلاگ های گردشگری و کمپین های رسانه های اجتماعی، روش هایی است که فن آوری های نوین در ایجاد و شکلگیری تصویری مثبت در روابط بین الملل عمل می کنند.

ص: ۱۶۶

در زمان شکل گیری بحران و آسیب های گوناگون، برای کنترل و مدیریت بحران در سطح بین‌المللی و داخلی، دیپلمات های الکترونیک و مجازی و فعال سازی شبکه مجازی سودمند است. سریلانکا تلاش های فراوانی در این زمینه انجام داده و موفقیت زیادی به دست آورده است.

پیشرفت اهداف سیاسی

اگر کشوری رابطه قوی خود رابا بازیگران اصلی دیپلماتیک حفظ کند و تصویر مثبتی در عرصه بین المللی پدید آورد. پیشرفت و توسعه اهداف سیاسی چندان کار دشواری نخواهد بود. در حال حاضر، فن آوری های نوین به عنوان ابزاری برای حمایت میان بازیگران اصلی استفاده شده است. هر چند علت اصلی جنبش های اسلامی در کشورهای عربی، رسانه های جدید نیست، از رسانه های جدید در این فضا بهره گرفته شد. اهداف سیاست خارجی از طریق ابزارهایی رسانه های نوین می تواند برای تعامل، مذاکره و لابی با دولت ها تسهیل و تسریع شود. به علاوه، از فن آوری های نوین نه تنها به عنوان یک محرک، بلکه به عنوان یک سازنده و تولید کننده رضایت در جهت دستیابی به اهداف سیاست یک

دولت استفاده می شود.(۱)

البته پیشرفت در فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی، چالش هایی مثل کاهش سلسله مراتب، ایجاد شکاف در اعتماد، افزایش شفافیت و آزادی، تشویق بحث های چند سویه و بسیج جنبش های اجتماعی جهانی را برای دیپماسی سنتی به وجود اورده است. این استفاده از فن آوری های نوین

---

۱ - Said Saddlki, "Diplomacy in a Changing World." Alternative: Turkish Journal of International Relations, ۵(۴), pp.۹۳-۱۰۵.

ص: ۱۶۷

و فضـای مجـازی، به ویژه برای اقتصادهای در حال ظهور و کشورهایی سودمنـد است که می خواهنـد جایگاه خود را در روابط بین المللی و جهانی ارتقا دهند.(۱) همچنین برای کشورهایی فایـده دارد که می خواهند با دیاسـپورها که به دلیل شـرایط یک کشور به کشورهـای دیگر مهـاجرت کرده انـد، شـبکه هـایی ایجـاد کننـد و بـاز گشت آنها را به کشور تشویق نماینـد و پیونـدهای فرهنگی و اجتماعی شکسـته شـده را بسازنـد. فن آوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و فضای مجازی در این زمینه، مؤثر و سودمند است. فن آوری های نوین نه تنها برای منافع اساسی و اصلی استفاده می شوند، بلکه از نظر راهبردی به عنوان یک ابزار بازاریابی برای توانایی های یک کشور، اهداف اقتصادی و اجتماعی - سیاسی استفاده می شوند.

همـان گونه که پیشتر گفتیم، دیپلماسـی با پیشـرفت فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و فضای مجازی، دموکراتیک تر شـده است. این موضوع بـا تمرکززدایی از اطلاعـات به عنوان نتیجه فن آوری هـای نوین بر دیپلماسـی تأثیر زیادی گذاشـته، به گزارش و ارائه رویـدادها در عرصه بین المللی کمـک کرده و موجب شـده دیپلمـات هـا مواضع و واکنش هـای خود را به موقع و سـریع تر به مخاطبان داخلی و خارجی در فضای جهانی در حین رویـدادها و بعـد از آنها ارائه کننـد. در حقیقت، کشورهایی که از فرصت های فن آوری های نوین و رسانه های جدیـد در عرصه دیپلماسـی در تمامی سـطوح بهره می برنـد و در این زمینه آینـده نگری و چشـم انداز روشن و شفافی را تنظیم کرده اند، سرعت عمل و کنشگری در

---

۱ - Said Saddlki, "Diplomacy in a Changing World." Alternative: Turkish Journal of International Relations, ۵(۴), pp.۹۳-۱۰۵.

ص: ۱۶۸

یک محیط عملیاتی پویا را برای دستیابی به اهـداف قابل پیش بینی خواهند داشت و به دیپلماتها این اجازه را خواهند داد تا بر موانع سیاسی و اقتصادی چیره شوند و توسعه سیاسی در عرصه جهانی را تسریع نمایند.(۱)

هیئت های دیپلماتیک مجازی

هیئت های دیپلماتیک مجازی

پیش از توضیح هیئت هـای دیپلماتیـک مجـازی، لازم است هیئت هـای دیپلماتیک را تعریف کنیم. دائره المعارف بریتانیکا، هیئت های دیپلماتیک را گروهی از افراد تعریف می کند که به یک کشور خارجی برای انجام دادن امور دیپلماسی فرستاده می شوند.(۲) با وجود این، از هیئت های دیپلماتیک انتظار می رود برخی نقش های کشور خود را در کشور خارجی انجام دهند.

انواع گونـاگونی از هیئت هـای دیپلماتیک وجود دارد و هر کـدام برای انجام دادن نقش خاصـی فرسـتاده می شود. عصـر دیجیتال، تأثیر زیادی بر هیئت های دیپلماتیک گذاشته است. هیئت های دیپلماتیک مجازی، آینـده هیئت های دیپلماتیک سـنتی و معمول را متحول ساخته اند. در حقیقت، عصـر دیجیتال موجب شده هیئت های دیپلماتیک مجازی و سـنتی هم زیستی داشته باشند و همدیگر را تکمیل کنند یا هیئت های دیپلماتیک مجازی در بسیاری از نقش ها، عملاً جایگزین هیئت های سنتی بشوند.

۱- Ronald J. Deibert, "Intemational plugnplay? Citizen activism, the Internet, and global public policy." International Studies Perspectives, ۲۰۰۰, lo), pp ۲۵۵-۲۷۲.

۲ - Encyclopaedia Brittanica on-line, Definition of ‘Diplomatic Missions [online], ۲۰۱۲. Available from: http://www.britannica.com/ebi/article-۲۳۴۲۸۸.

ص: ۱۶۹

درگاه ای دیپلمات وب(۱) (۲۰۱۰) چندین نقش گوناگون را به شکل طبقه بندی شده معرفی می کند:

(کشور خود را در یک کشور خارجی دیگر نمایندگی میکنند؛

(منافع شهروندان کشور خویش را در کشور خارجی دیگر حفظ می نمایند؛

(با دولت آن کشور مذاکره میکنند؛

(شرایط و تحولات در زندگی مالی، اقتصادی، فرهنگی و علمی کشور خارجی را پایش و گزارش می نمایند؛

(روابط دوستانه میان کشور خارجی و کشور خود را افزایش می دهند؛

(روابط علمی، سیاسی، اقتصادی و تجاری میان دو کشور را توسعه میدهند؛

(گذرنامه، اسناد سفر و روادید صادر میکنند.

از هیئت هـای دیپلماتیـک انتظـار می رود از منـافع کشور خود دفـاع کننـد. این ممکن است به روش های مختلف انجام شود. هیئت هـای دیپلماتیـک ممکن است هوشـیاری و مراقبت بیشتری بر اتفاقـات در کشور خـارجی داشـته باشـند تـا مطمئن شونـد هیـچ گونه موقعیت یـا کنشـی نمی توانـد تأثیر سوئی بر کشورشان بگـذارد. آنها می کوشـند سـطح پیوسـته ای از هماهنگی میان کشور خود و کشور دیگر را بـا مراقبت ضـروری برای جلوگیری از هر نوع منبع اختلاف بین کشورها حفظ کننـد. این نقش همواره در کنار دیگر نقش هـا عمـل می کنـد تـا به عنوان منبعی از اطلاعـات برای کشور خود عمـل نمایـد. هیـچ کس یـا هیـچ منبعی بهتر از هیئت هـای دیپلماتیک

۱- eDiplomat Web portal, http://www.ediplomat.com/nd/mission_ types. htm

ص: ۱۷۰

نیست که بتوانـد اطلاعات مربوط را در جهت منافع کشور خود در کشور میزبان گرد آورد. اطلاعات ممکن است شامل جزئیاتی از محیـط سیاسـی، تجـاری، اقتصادی یا فرهنگی کشور میزبان، همراه با تحولات و دگرگونی ها باشـد. از دیـدگاهی دیگر، یک هیئت دیپلماتیک ممکن است به عنوان منبعی از اطلاعات برای عموم عمل کند.

مذاکره، نقش کلیدی و اصلی هیئتهای دیپلماتیک است. هیئت های دیپلماتیک از طرف یک دولت با دولت میزبان تعامل برقرار می کنـد تا به حل اختلاف ها بپردازد و با هدف توسعه روابط بینالمللی، امتیازهای جمعی یا فردی را به دست آورد. وجود اطلاعات از امتیازهـای کشور میزبـان، به توفیق هیئت هـای دیپلماتیک کمک می کنـد. توسـعه روابط دوجانبه که هـدف آن، توسـعه روابط بین المللی در ابعـاد سیاسـی، تجـاری، اقتصـادی و فرهنگی است، زمانی محقق می شود که هیئت های دیپلماتیک از گسترش اطلاعات، مطمئن شونـد تا با ایجاد آگاهی و فرهنگ بین شـهروندان کشور میزبان، جایگاه کشور خود را ارتقا دهند. رسانه های نوین در کنار دیگر شیوه های اطلاع رسانی، کمک مؤثری به گسترش اطلاعات در این زمینه کرده است.

تأثیر عصر دیجیتال بر هیئت های دیپلماتیک

تأثیر عصر دیجیتال بر هیئت های دیپلماتیک

برای فهم بهـتر تـأثیر عصـر دیجیتـال بر هیئت هـای دیپلماتیـک، بایـد انـواع هیئتهـای دیپلماتیـک را توضـیح داد: سـفارت خـانه هـا، کنسولگری ها و هیئت های دائمی. اما دیپلماسـی اکنون با عصر دیجیتال و همگرایی رسانه ای روبه رو گردیده و اینترنت، پیش گام اصلی زمان مدرن شده و در همه انواع هیئتهای دیپلماتیک، دگرگونی هایی پدید آورده است.

ص: ۱۷۱

نقش اصلی هیئت های دیپلماتیک، نمایندگی رسمی است. «اگر فضای مجازی به عنوان یک فضای جدا در نظر گرفته شود، در آن صورت وب سایت های سرویس های دیپلماتیک را می توان به عنوان یک نمایندگی کشور در آن فضا در نظر گرفت.»(۱) عصر دیجیتال به هیئت های دیپلماتیک اجازه داده نمایندگی خود را در اینترنت گسترش دهد تا خدمات خویش را به اجتماع اینترنتی، ارائه کند. در حقیقت، اینترنت وسیله ای است که وزارت امور خارجه بیشتر از دیگر وزارتخانه ها از آن برای ارتباط بهتر استفاده می کند؛ زیرا اینترنت، فضایی جهانی است. بر این اساس، اطلاعات منتشر شده بر روی اینترنت و وب سایت کنسولگری یا سفارت، به اندازه اعلامیه ارائه شده از سوی دیپلمات ها مهم است.(۲)

در فضای واقعی، نمایندگی ها از نظر فیزیکی از هم جدا هستند، ولی در فضای مجازی، یکدیگر را هم پوشانی می کنند. در فضای واقعی، سفارت خانه های واقعی و کنسولگری ها در یک کشور یا منطقه خاص، به آن محل استقلال می بخشند و تنها از طریق افراد یا افراد رسمی با هم ارتباط برقرار می کنند، ولی در فضای مجازی، هر کس از هر جایی می تواند با کنسولگری، سفارت یا تک تک افراد در کشور میزبان و یا با سفارت خانه های کشور خودش در آن کشور یا کشورهای دیگر ارتباط برقرار کند. هیئت های دیپلماتیک با حضور آنلاین و ارائه اطلاعات خاص، به مخاطب هدف کشور میزبان توجه ویژه ای می کنند. در بسیاری از

۱- Jovan Kurbalija, and Stefano Baldi, The internet guide for diplomats, DiploPublishing, Mediterranean Academy of Diplomatic Studies, ۲۰۰۰, p. ۱۰۰.

۲- The internet guide for diplomats, ۲۰۰۰.

ص: ۱۷۲

کشورها، محدودیت های خاصی برای دیپلمات های دیگر کشورها در دسترسی به گروه های مختلف اجتماعی وجود دارد یا افراد آن کشور به دلایل گوناگون از همکاری و مشارکت با سفارت خانه یا کنسولگری کشورهای خاصی منع می شوند. بنابراین، فضای مجازی این محدودیت ها را کاهش و ارتباط با گروه های اجتماعی مختلف را افزایش می دهد.(۱)

کنسولگری ها یا سفارت خانه ها تحت فشارند تا سرویسها را آنلاین کنند و اطمینان یابند اطلاعات مناسب در اینترنت قابل دسترس هستند. این مسئله سه دلیل عمده دارد: نخست، برای هیئت دیپلماتیک مهم است تا در رقابت با دیگر کشورها از آن به عنوان سکوی پرتاب برای شهروندان کشور میزبان عمل کنند و ممکن است برای بارزگانان یا گردشگران مؤثر باشد. تعداد کاربران در همه کشورها هر روز در حال افزایش بوده، کشف هیئت های دیپلماتیک در اینترنت بیشتر یک واقعیت است. دوم، وفاداری شهروندان به یک کشور از طریق سرویس های ۲۴ ساعته در اینترنت و به راحتی حفظ میشود. سوم بر محدودیت های زمانی بر مکانی ارتباطات در فضای واقعی غلبه کرده و تعامل با کشورها را در سطوح مختلف به طور چشمگیری افزایش می دهد.

مفهوم ارائه خدمات کنسولی در اینترنت، درجات مختلفی دارد. برخی کشورها به راحتی منبعی از اطلاعات را در اختیار افراد قرار می دهند که حضور فیزیکی را در کنسولی کامل می کند. از سوی دیگر، راهبُرد دیگر کشورها، افزایش حضور مجازی در حذف کارهای مشخصی از سفارت یا کنسولگری فیزیکی است؛ مثل برنامه ریزی و

۱- همان.

ص: ۱۷۳

زمان بندی قرار ملاقات و مصاحبه ها. نمونه یک سرویس ملاقات ویزاپوینت،(۱) خدمات اطلاعات ویزای سفارت امریکا در استرالیاست که موارد کاربردی از طریق آنلاین توزیع میشود و ویزای تأیید شده به صورت الکترونیکی در اختیار متقاضی قرار میگیرد.

عصر دیجیتال موجب شده هیئت های دیپلماتیک، منافع کشور را در دنیای آنلاین حفظ کنند. در حالی که هیئت های دیپلماتیک با انتشار اعلامیه های رسمی، کنترل جزئی بر رسانه ها داشته اند، تحول اطلاعات، موقعیتی را پدید آورده که آنها دیدگاه ها و عقاید بسیاری را در یک محدوده زمانی کمتر، منتشر و قابل دسترس می کنند؛ زیرا هیئت های دیپلماتیک به راحتی توانایی پاسخ به اطلاعات مخالف را ندارند و در حفظ منافع کشور خویش باید مواضع خویش را درباره موضوع های مختلف در یک بازه زمانی کارآمد منتشر نمایند و عدم انتشار مواضع اصولی و سریع، ممکن است پی آمدهای فراوانی برای هیئت دیپلماتیک و روابط میان کشورها داشته باشد.

هیئت های دیپلماتیک در سفارت خانه ها از یک نوسان اطلاعات درباره رویدادها رنج می برند و تحت فشارند تا تفسیر خویش را از چنین اطلاعاتی در کوتاه ترین فاصله زمانی ممکن به کشور خویش منتشر کنند. در عصر دیجیتال، شرایط رسانهای جدید افزون بر اثرگذاری بر هیئت های دیپلماتیک در خصوص چارچوب زمانی، سبب تنوع رسانه هایی شده که هیئت ها از طریق آنها با مخاطبان هدف شان ارتباط برقرار می کنند. امروزه این ارتباطات ممکن است به وسیله تلفن، ایمیل، ویدئوکنفرانس و پیام رسانی آنلاین انجام شود.

۱- VisaPoint.

ص: ۱۷۴

اطلاعات بی شماری ممکن است به عنوان محتوای آنلاین ارائه شود؛ از جمله اطلاعات راجع به کنسولگری و کارکنانش، اطلاعات مهم از کشور خود و از کشور میزبان، تماس ها و ارتباطات مهم و پیوند به سایت های سودمند. ارتباطات میان کشور و سازمان های بین المللی و شهروندان کشور خود و کشور میزبان، یکی از مزایای فن آوری های نوین ارتباطی و فضای مجازی است که در همه سطوح اثر گذاشته است. چنین تأثیراتی بر شیوه مذاکره نیز اثر می گذارد. فوروم ها، جلسات گفت وگو، ارتباطات ویدئویی از طریق نرم افزارهای خاص و دیگر ابزارها، شیوه های خوبی برای اجرای زمینه های خاص در حوزه مذاکرات شده است.

همچنین عصر دیجیتال و فضای مجازی به شکل های مختلف بر توسعه روابط دوجانبه سیاسی، تجاری و فرهنگی اثر گذاشته است. اکنون چنین نقشی با ارائه محتوای آنلاین در فضای سیاست خارجی نسبتاً راحت شده است؛ اطلاعاتی که به بازرگانان کمک می کند فهم تجاری از کشور خود داشته باشند و نیز فرصت های تجاری، گردشگری یا دانشگاهی و دیگر اطلاعات را افزایش دهند؛ به گونه ای که موجب توسعه بیشتر روابط بین کشورها شود.

دولت ها با اجرای دولت الکترونیک به فن آوری، واکنش نشان داده اند. دولت های الکترونیک شامل نماینده وزارتخانه های مختلف در اینترنت هستند که اطلاعات و سرویسها را ارائه میکنند. بخشهای مشخصی در دولت الکترونیک، مثل امور فرهنگی، اقتصادی یا سیاسی متنی دارند که شبیه متون هیئت های دیپلماتیک است. زمانی که عموم به حضور آنلاین دولت عادت کنند، از هیئت های دیپلماتیک نیز انتظار می

ص: ۱۷۵

رود حضور آنلاین داشته باشند. چنین فشاری به تأثیر هیئت های دیپلماتیک کمک میکند تا حضور خود را در وب گسترش دهند.

تأثیر عصر دیجیتال بر هیئت های دیپلماتیک مهم است. سفارت خانه ها، کنسولگری ها و هیئت های دائمی ممکن است امروز در اینترنت حضور یابند و تا حد زیادی همانند هیئت های دیپلماتیک واقعی در نظر گرفته شوند. در حقیقت، تأثیر عصر دیجیتال بر هیئت های دیپلماتیک، به ایجاد هیئت های دیپلماتیک مجازی انجامیده است که امروزه بیشتر کشورها در راستای دست یابی به اهداف خویش از آن بهره می برند.

تحلیل قوّت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک مجازی

اشاره

تحلیل قوّت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک مجازی

تحلیل قوّت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدها(۱) یک ابزار برنامهریزی راهبُردی برای ارزیابی نقاط قوّت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدهایی است که در یک پروژه یا فعالیت اقتصادی یا دیگر موقعیت ها برای تصمیم گیری استفاده میشود. از این روششناسی برای ارزیابی منافع و آسیب های هیئت های دیپلماتیک مجازی استفاده شده است. استفاده از این روش، نگاه دقیق تری در بررسی ویژگی های هیئت های دیپلماتیک مجازی به ما می بخشد. مزایا به نقاط قوّت و فرصت ها تقسیم و آسیب های آن به نقاط ضعف و تهدیدها طبقه بندی می شود. بر این اساس، نقاط قوّت و ضعف، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک را می توان بر اساس تحلیل گریچ (۲) در جدول ۱ ۴ نشان داد.

۱- SWOT.

۲- ۲۰۰۶

ص: ۱۷۶

جدول ۱ ۴: نقاط قوّت و ضعف، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک

جدول ۱ ۴: نقاط قوّت و ضعف، فرصت ها و تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک

نقاط قوّت

نقاط ضعف

هزینه پایین

نبود روابط بین شخصی

آسودگی و راحتی مضاعف

نبود تأیید و تشخیص هویت

اطلاعاتی

نیازمند حفظ و نگهداری دقیق و حساس

دقت و صحت

پیچیدگی مضاعف

دسترس پذیری

محدود

فرصت ها

تهدیدها

حضور بین المللی

آسیب پذیری بالا در برابر حملات

امکانات بازاری جدید

سوءبرداشت از اطلاعات

تعاملی بودن

انتظار مشارکت بالا از سوی شهروندان

ابزار فوق العاده برای تبلیغات

از دست دادن اعتبار

با توجه به اینکه فضای مجازی در همه امور زندگی روزمره راه یافته و هر روز افرادی که به این فضا دسترسی پیدا می کنند، بیشتر می شود، مجاز جای خود را به واقعیت می دهد و نقاط ضعف بسیاری از امور مجازی خود را به نقاط قوّت خواهد داد. بر این اساس، تهدیدهای هیئت های دیپلماتیک رفته رفته کاهش می یابد و هر روز بر فرصت های آن در دست یابی به اهداف افزوده می شود.

ارتباطات میان فرهنگی و رسانه های نوین

ارتباطات میان فرهنگی و رسانه های نوین

رسانهها، نقش بسیار مهمی در ارتباط بین فرهنگی دارند و حتی شناخت بسیاری از عناصر فرهنگی از دیگری، بر اساس بازنماییهای رسانهای

ص: ۱۷۷

صورت میگیرد. با ظهور فن آوریهای نوین رسانهای و فضای جهانی وب، گفت وگوی میان فرهنگی تقویت شد؛ زیرا قدرت مردم برای ارتباط مستقیم با یکدیگر از طریق رسانه های نوین افزایش یافت. آشفتگی و بحران های جهانی و وابستگی متقابل همه کشورها در عرصه های گوناگون به یکدیگر، موجب شده شهروندان درباره همدیگر بیشتر بیاموزند. در این شرایط، رسانه های نوین، ارتباطات میان فرهنگی را در یک مقیاس جدید جهانی مفهوم سازی کرده و ارتباطات رسانه ای توده وار را به سمت ارتباطات تعاملی تغییر داده است.(۱)

از آنجا که ارتباطات فرهنگی نقش بسیار مهمی در تحولات بین المللی و پیشبرد اهداف کشورها در عرصه جهانی دارد، بررسی نقش رسانه های نوین در ارتباطات میان فرهنگی می تواند چشم انداز بهتری از نحوه عمل و فعالیت در زمینه ارتباطات میان فرهنگی ارائه کند.

با توجه به مطالعات محققان ارتباطات درباره ارتباطات میان فرهنگی و رسانه های جدید، نقش رسانه ها را می توان در موارد مختلفی توضیح داد:

(رسانه های دیجیتال ارتباطات میان فرهنگی را امکان پذیر و در عین حال محدود می کنند.

اینترنت با کاهش هزینه و محدودیت های دسترسی (هرچند به شکل ناعادلانه) طیفی از فوروم ها از وب سایت ها گرفته تا سایت های شبکه اجتماعی و میکروبلاگ ها را تولید می کند که میزبان گفت وگوهای فرهنگی هستند. این رسانه های جدید، به شکل گیری اجتماعات گفتمانی

۱- David Morley, and Kevin Robins, Spaces of identity: Global media, electronic landscapes and cultural boundaries, Routledge, ۲۰۱۳.

ص: ۱۷۸

بـا علاـیق مشترک یـاری می رسانـد و در برخی موارد، حتی سـبک جدیـدی از ارتباطـات شـکل می گیرد که پیش تر امکان پـذیر نبود.(۱)

در حال حاضر، این فوروم ها و مکان های بحث به عنوان سایت های تقویت کننده و رونق بخش تبادل ارتباطات میان فرهنگی عمل می کننـد؛ زیرا بـا حـذف دروازه بـانی و ویراسـتاری رسـانه هـای ارتبـاط جمعی ماننـد روزنـامه هـا، ظرفیت بالایی از ارتباطات میان فرهنگی را برای همه پدیـد می آورنـد. در رسـانه هـای نوین، دیگر هیـچ دروازه بانی نمی توانـد محـدودیت های مشابه رسانه های ارتباط جمعی را برای عموم در خصوص فرهنگ های دیگر اعمال کند. نفوذ رسانه های دیجیتالی جدید به زندگی روزمره و رسانه ای شدن جنبه های مختلف زندگی روزمره، موجب شده افراد بدون نگرانی از امنیت شخصـی خویش در بیان دیدگاه ها، جنبه های گوناگون فرهنگ را با فرهنگ های دیگر به اشتراک بگذارند.(۲)

در حال حاضـر، به محض حادث شدن رویدادی در جامعه و فرهنگی دیگر، افراد آن فرهنگ به طور روزافزون سعی در بسیج افکار عمومی در قبـال آن رویـداد می کننـد و از ابزارهـای رسـانه ای نوین و شـبکه های ارتباطی گسترده بهره می برنـد. نمونه این مورد، آتش زدن بوعزیزی، جوان ۲۶ ساله تونسـی است. این جوان که از یافتن شـغلی آبرومنـد ناامید شده و مورد آزار و اذیت پلیس قرار گرفته بود، خود را جلو چشم مردم در یک مکان عمومی آتش زد و داستانش به سرعت از مرز شهر کوچکش خارج

۱- A. M Froomkin, technologies for democracy, iu p, shane (ed), democracy online: the prospects for political renewal through the internet (pp. ۳ – ۲۰, new York, ny: routledge, ۲۰۰۴.

۲- James Slevin, Internet and society, Cambridge UK, Polity Press, ۲۰۰۰.

ص: ۱۷۹

شـد و همه جا بر سـر زبان ها افتاد. انـدکی بعـد شدت سوختگی ها سـبب مرگ بوعزیزی شد و او را هم زمان به یک نماد و شـهید تبـدیل کرد. نـاآرامی هـایی که در پی قربانی شـدن این جوان تونسـی پدیـد آمـد، حکومت یکی از دیکتاتورهای مسـتبد و دیرپا را ساقط نمود.

هنگـام آتش زدن، بسـیاری از ناظران از طریق تلفن همراه خود از این حادثه فیلم برداری و عکس برداری و با اتصال به اینترنت، آن را در وبلاـگ ها و شـبکه های اجتماعی منتشـر کردند. انتشار تصویر این جوان تونسی، نمونه ای از ظرفیت عمومی رسانه های شبکه ای جدیـد است و این ظرفیت رسانه های نوین موجب شد چنین رویدادی در دیدرس و نگاه عمومی، کشورها و فرهنگ های دیگر قرار گیرد. انتشـار فیلم هـا و عکس هـای این جوان تونسـی در یوتیوب، موجب به روزرسانی اعتراض ها شـد و فضای گفت وگو را میان مردم تونس و مردم سراسر جهان فراهم کرد.

(رسانههای دیجیتال، به شکلهای گوناگون ارتباطی، «فضاهای» جدید و بی نظیری برای ارتباطات میان فرهنگی ارائه می کنند.

بعد از کار اولیه آلپورت،(۱) محققان زیادی از رشته های مختلف در تحقیقات خویش بر شناخت و فهم شرایط تسهیل کننده ارتباط میـان گروه هـای اجتمـاعی مختلف تأکیـد کرده انـد. از نظر تـاریخی، مجموعه تحقیقـات مربوط به این موضوع، بیشـتر بر تعاملاـت رودررو و مسـتقیم تأکیـد کرده انـد. بـا وجود این، در سـال هـای اخیر، محققان به محتوای رسانه های دیجیتالی و الکترونیک توجه نموده اند. برای مثال، شیاپا، گِرگ

۱- Gordon Willard alport: becoming: basic considerations for a psychology of personality, yale university press, ۱۹۹۵

ص: ۱۸۸

و هیوز(۱) نشان داده اند تعاملات از طریق تلویزیون یا فیلم ها با شخصیت های واقعی یا خیالی می تواند نتایج مثبت یکسانی همانند تعاملات رودررو ارائه کند. پیشرفت های فن آورانه در رسانه های شبکه ای دیجیتالی و رشد قابل توجه فهم عامه و استفاده از این رسانه ها، به فرصت های بیشترِ تعامل انجامیده است. ازاین رو، رسانه های نوین، بافت و زمینه بی نظیری ارائه می کنند یا آنچه هارووود(۲) بدان «فضاهای تماس و ارتباط(۳)» می گوید که اغلب از ارتباطات رودررو و شیوه های متنی ارتباطات فراتر میرود و در آن، نزدیکی و شناخت فرهنگی بیشتر اتفاق میافتد. پویایی، غنی بودن و توانگری رسانه های نوین می توانند به نظریه پردازی نقش آنها در ارتباطات میان فرهنگی کمک کند.

توانگری رسانه های نوین، به ویژه رسانه های چندرسانه ای در ویدیوهای گسترده جوان تونسی دیده شد و به نماد معترضان در داخل تونس و خارج از تونس تبدیل گردید. افراد خارج از تونس، بدون توصیف متنی و توضیح سوم شخص، این ویدیو را دیدند. در حقیقت، تصاویر این جوان تونسی در فضای نوین، به عنوان فضای ارتباطی میان فرهنگی عمل کرد که در آن، مردم تونس و فرهنگ های دیگر جهانی از تلاش یک جوان برای رهایی از ستم و بدبختی و مرگ فراتر رفتند. به عبارت دیگر، این نمونه بیانگر این است که رسانه های نوین، شرایط تجربه میان فرهنگی دور را فراهم می کنند تا فرهنگ ها از نظر شناختی و

۱- Edward Schiappa, Peter B. Gregg, and Dean E. Hewes, "The parasocial contact hypothesis," Communication Monographs, ۲۰۰۵, ۷۲(۱), pp. ۹۲-۱۱۵.

۲- Jake Harwood, "The contact space: A novel framework for intergroup contact research," Journal of Language and Social Psychology, ۲۹(۲), pp ۱۴۷-۱۷۷.

۳- contact spaces.

ص: ۱۸۱

عـاطفی بیشتر به هم نزدیـک شونـد و دریـافت از دیگر فرهنـگ هـا تغییر یابـد. حتی اگر تغییر در دریافت های فرهنگی از یکـدیگر طولانی یا زودگذر باشد، رسانه های نوین توانایی شـناخت و شروع ارتباط میان فرهنگی را فراهم می سازند. به عبارت دیگر، میزان تغییر در دریافت فرهنگی چنـدان مهم نیست، بلکه مهم این است که رسانه های دیجیتال، امکان یک تجربه میان فرهنگی دوربُرد را فراهم می کنند تا از نظر روانی و احساسی بیشتر به هم نزدیک شوند.

این تصاویر در فضای ارتباطی جدید، یک بازنمایی سـمعی و بصـری غنی از رویدادها در جهان پدید می آورد. ازاین رو، بینندگان با بازنمایی متنی محدود از فرهنگ تونس یا فرهنگ هر کشور دیگر روبه رو نیسـتند، بلکه با طیف بزرگ تری از تجربه های فضای زبانی، خصوصـی و عمومی مواجه می شوند. بازنمایی بصری در مقایسه با روایت سنتی و متنی پدیده فرهنگی، تجربه قوی و تقویت شـده ارائه می کنـد. بر اسـاس ایـده «چشم انـداز زبان شـناختی(۱)»(۲) فرهنـگ بصـرمحورِ رسـانه هـای نـوین را می تـوان به عنوان ایجادکننـده چشم انـداز تصویری در نظر گرفت که در آن توانگری و غنـای رسـانه هـای نوین، «حسـی» از یک مکان یا موقعیت از طریق بازنمایی بصـری گروه های دیگر فراهم می آورد. در جامعه شبکه ای و نوین امروزی، تماس و ارتباط میان فرهنگی رسانه ای و باواسـطه نبایـد به عنوان شـکل معیوب و خیـالی از تعاملات رودررو در نظر گرفته شود، بلکه رسانه های نوین، فضاهای جدیـدی پدیدار می سازند و مفهوم سازی دیگری از تعاملات و ارتباطات میان فرهنگی ارائه می کنند.

۱- linguistic landscape.

۲- Shohamy, E. and Durk Gorter, Linguistic Landscape: Expanding the Scenery, New York, Routledge, ۲۰۰۹.

ص: ۱۸۲

(رسانه های نوین، ارتباطات میان فرهنگی را در مقیاس جدید چند به چند تسهیل می کنند.

به طور کلی، محققان میان فرهنگی مایل به مدل های ارتباطی هستند که گفت وگو را در گروه دو نفره یا گروه های کوچک مشروعیت می بخشد. غالب شدن اصطلاح گفت وگوی فرهنگی در تحقیقات پیشین، بیشتر بر ارتباط میان فرهنگی در مقیاس کم به کم یا توده ای تأکید می کند. بی گمان چنین تأکید و توجهی به این شکل ارتباط میان فرهنگی با انواع رسانه ها تغییر یافته و ارتباط میان فرهنگی موجود تسهیل شده و شکل دیگری یافته است. با وجود این، فن آوری ارتباطات شبکه ای و فضای مجازی، ارتباطات چند به چند را تقویت و از آن حمایت می کند و گفت وگوها را در سطوح مختلف با یکدیگر ترکیب می کند و در مقیاس گسترده اشاعه می دهد. یکی از عوامل رشد ارتباطات میان فرهنگی، رشد فوروم ها و مکان های بحثِ ارتباطات چند به چند در ارتباطات شبکه ای و رسانه ای نوین است که در افزایش «چند چشم اندازگرایی(۱)» ریشه دارد. برخلاف رسانه های سنتی که عموماً به شیوه های دوگانه مخالف و موافق بود، ارتباطات چند به چند تنوع گسترده‌ای از عقاید بدون محدودیت های رسمی دارد. در انقلاب های کشورهای خاورمیانه، وبلاگ ها، شبکه های اجتماعی و توییتر، گفت وگوی قوی داخلی را برای حمایت از راهبُردهای انقلاب، و گفت وگو با مخاطبان خارجی درگیر رویدادهای اخیر را تسریع کرد؛ به گونه ای که عموم جهان، نوعی همبستگی با مردم این کشورها نشان دادند.

۱- multiperspectivalism.

ص: ۱۸۳

(رسانه های نوین، شیوه های جدید بازنمایی را ارائه می کنند که ارتباطات و دریافت های میان فرهنگی را شکل می دهند.

محققان درباره بازنمایی رسانه های ارتباط جمعی، به طور پیوسته تأثیر اقتصاد سیاسی رسانه را در تحقیقات خود نشان دادهاند: بازنمایی از «دیگران» فرهنگی، بیشتر کلیشه ای، تقلیلی و احساسی است. از آنجا که هزینه رسانه های پخش خیلی بالاست و درآمدهای حاصل از تبلیغات بازرگانی، از برنامه های رسانه های سنتی حمایت می کند، این مسئله به بازنمایی های درست و واقعی از گروه ها و فرهنگ های خارجی نمی انجامد. هدف بیشتر محققان ارتباطات، فهم و نقد اثرگذاری پیام های رسانه های ارتباط جمعی یا نحوه دریافت پیام رسانه ها از سوی خوانندگان است، ولی آنچه امروز با رسانه های نوین اتفاق افتاده، انتشار خیلی ارزان و آسان انواع پیام های رسانه ای است که هر شهروندی می تواند آن را انجام دهد. فضای مجازی به افراد اجازه معرفی خودشان و گروه های متعدد را میدهد. ازاین رو، بازنمایی از رسانه هایی چون رادیو و تلویزیون گسترده شده است. به عبارت دیگر، رسانه های جدید بازنمایی را دموکراتیک کرده اند. البته گفتنی است این بازنمایی دموکراتیک، یکسان و عادلانه نیست.

بازنمایی که در رسانه های پخش، مسئله بود با رسانه های نوین تا حدی بر طرف شده است. اقتصاد سیاسی رسانه های جدید، با توانایی ارائه خود، اصطلاح ارتباطات میان فرهنگی را دگرگون کرده است. برخلاف پوشش تلویزیونی و روزنامه ها که پوشش نخبگان از رویدادها بود، در حال حاضر، شهروندان قادر به ارائه توضیحات خود از موقعیت و رویداد حادث شده هستند. شهروندان نه تنها می توانند نگاه خود را به

ص: ۱۸۴

یک رویداد نشان دهند، بلکه قادر به ارائه فرهنگ خود و خواسته ها به شیوه های گوناگون هستند. در چنین فضایی، اجتماع جهانی با پیام ها، ویدیوها و بحث های عموم مردم شکل می گیرد و دولت ملت دیگر پایداری قبل را در رویدادها ندارد. به عبارت دیگر، قبل از فضای نوین رسانه ای، دولت ملت ها نماینده عموم مردم در مواجهه با فرهنگ و ملت های دیگر در عرصه جهانی بودند و در حال حاضر، عموم مردم در سطحی متفاوت، نماینده خودشان در عرصه بازنمایی شده اند. در برخی موارد، زمانی که اعتراض ها در یک کشور بر ضد رویدادی یا دولتی شکل می گیرد، بازنمایی عموم از آن رویداد با بازنمایی دولت متفاوت می گردد. در این شرایط، بازنمایی عموم در فضای نوین رسانه ای بر بازنمایی دولت یا حکومت چیره می شود؛ زیرا فضای نوین رسانه ای، فرصتی برای جمعی از صداها را فراهم می کند و بیشتر محدودیت های ارتباطات میان فرهنگی مؤثر با مجموعه بازنمایی متنوع از فرهنگ کشور بهتر می شود. این روند می تواند نگاه کلیشه ای را از بازنمایی رسانه ای از فرهنگ های دیگر، و دریافت های همگن را از آن فرهنگ بهتر کند.

در حقیقت با رسانه های نوین، عادی شدن ارتباطات میان فرهنگی در سطوح مختلف روی داده و ماهیت چندوجهی رسانه های دیجیتال، فضای جدیدی برای ارتباط چند به چند در تعامل میان فرهنگ ها به تصویر کشیده است.

نحوه شکل گیری جنبش های اجتماعی و سیاسی در فضای مجازی و نحوه تغییر آنها در طی زمان

نحوه شکل گیری جنبش های اجتماعی و سیاسی در فضای مجازی و نحوه تغییر آنها در طی زمان

چنان که پیش تر گفتیم، امروزه پیشرفت فن آوری و گسترش رسانه های

ص: ۱۸۵

جمعی، تحولات فراوانی در ارتباطات و عرصه های گوناگون فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و... پدید آورده است. فضای مجازی، اینترنت و فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی به عنوان پدیده ای فن آورانه در مناسبات اجتماعی و انسانی راه یافته و خود نیز تا حد زیادی به پدیده ای اجتماعی تبدیل شده است. در این میان، اینترنت و فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی جدید در کنار دیگر کارکردهای شان، از یک سو آگاهی سیاسی افراد را افزایش می دهد و از سوی دیگر، آنها را در مناسبات سیاسی درگیر می کند. از آنجا که فضای عمومی دیگر برای گفت وگو به ندرت وجود دارد، فضای مجازی به عرصه ای برای گفت وگو تبدیل شده و ویژگی اصلی آن، پویایی این فضاست که با توجه به ابزارهایی که در اختیار کاربران قرار می دهد، سبب می شود افراد بهتر بتوانند گرایش های سیاسی و کنش جمعی خود را نشان دهند.

در حقیقت، اینترنت مکانی هندسی برای انواع گروه ها در ارتباط، همکاری و مشارکت است. اصولاً این فن آوری بی طرف است، ولی می تواند راهی برای ارتباطات و پیوندهای مثبت و منفی باشد. به عبارت دیگر، فضای مجازی، مکانی برای افراد با یک طیف گسترده از علایق است. گروه های رادیکال که به تحریک نارضایتی سیاسی و اجتماعی دست می زنند، در این فضا حضور دارند. ازاین رو، محققان همواره راه های ارتباطی و نحوه بسیج و همکاری افراد را برای کنش جمعی در این فضا بررسی کردهاند. خود راه ها، محتوای پیام ها، کنشگرانی که پیام ها را می گیرند یا دریافت می کنند و بازخورد به آن پیام ها، همه در فهم چگونگی و چرایی سازمان دهی افراد نقش دارند.

بنابراین، با توجه به گسترش و تحولات فن آوری های ارتباطی و

ص: ۱۸۶

اطلاعـاتی و رسـانه های جدیـد و ظهور فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی جدیـد، به ویژه اینترنت، کاملاً چشم انـداز کنش جمعی تغییر یافته است. لوپیا و سین(۱) توضیح می دهنـد که ارتباطات و محـدودیت های داخلی، دیگر مانع جنبش های اجتماعی نیست. بنابراین، گروه های بسیار بزرگ، دیگر موفق تر از گروه های کوچک نیستند (دست کم از نظر اندازه و وسعت). ایمیل، وب سایت ها، اتـاق هـای چت، وبلاـگ هـا و بولتن بوردهـا، سازمـان دهی، ارتباطـات کارامـد و حتی مشورت و تعامـل در درون جنبش های اجتماعی را در هر شکل و وسعت و اندازه ممکن امکان پذیر می سازد.

با وجود این، برخی کارشـناسان و متخصـصان بر این باورند که درباره تأثیرات کنش جمعی اینترنت اغراق شده است و ممکن است این اثرها زودگـذر باشد. برای نمونه، مک آدامز(۲) معتقـد است ارتباطـات بین المللی آسان تر، به طور خودکار به موفقیت جنبش هـای اجتماعی بینالمللی نمی انجامـد؛ زیرا شـبکه های میان فردی اصـلی و اساسـی به طور مناسب شـکل نگرفته و حفظ نمی شونـد. اتزیونی و اتزیونی(۳) نیز معتقدنـد بدون تعاملات رودررو، ارتباطات اینترنتی نمی تواند اجتماع پایداری شـکل دهد که یک جنبش اجتماعی در بلندمدت نیاز دارد. ون دو دونک و همکارانش(۴) معتقدند اعتراض ها و تظاهرات مجازی نمی تواند علاقه و

---

۱ - Arthur Lupia, and Gisela Sin, "Which public goods are endangered?: How evolving communication technologies affect the logic of collective action," Public Choice, ۲۰۰۳, ۱۱۷(۳-۴), pp ۳۱۵-۳۳۱.

۲ - Dan P McAdams, "Personality, modernity, and the storied self: A contemporary framework for studying persons," Psychological inquiry, ۱۹۹۶ ۷(۴), pp ۲۹۵-۳۲۱.

۳- Amitai Etzioni, and Oren Etzioni, "Face-to-face and computer-mediated communities, a comparative analysis," The information society, ۱۹۹۹, ۱۵(۴), p ۲۴۱-۲۴۸.

۴- Wim Van De Donk, Brian D. Loader, Paul G. Nixon, and Dieter Rucht, eds, Cyberprotest: New media, citizens and social movements, Routledge, ۲۰۰۴.

ص: ۱۸۷

تمایل معترضان را برای یورش، هجوم عاطفی، هیجان واقعی و کنش فیزیکی برطرف سازد.

اما نمونه های بسیاری از جنبش های اجتماعی اینترنتی موفقیت آمیز وجود دارد؛ مثل شورش زاپاتیستی(۱) در سال ۱۹۹۶ در مکزیکو و جنبش جهانی جودی ویلیامز(۲) در ممنوعیت مینهای زمینی.(۳) عمل گروه هایی از این دست، به تازگی به عنوان عملی فراتر از جنبش های اجتماعی سنتی تشخیص داده شده است: شبکه نوآوری همکاری که به عنوان «تیم سایبری مردم خودجوش با یک دید جمعی، تعریف شده است که از طریق وب به وجود آمدند تا با اشتراک گذاری ایده ها، اطلاعات و تحقیق در رسیدن به هدفی عمومی، همکاری کنند».(۴) با شفافیت و سرعت درونی و ارتباطات مستقیم، این شیوه همکاری می تواند به تبیین و توضیح برتری در حال ظهور جنبش های اجتماعی آنلاین و برنامه ریزی موفقیت پیوسته آنها در آینده نزدیک کمک کند.

بدیهی است اینترنت، ظهور و شکل گیری سریع و عمل جنبش های اصلی جدید را امکان پذیر می سازد، ولی بسیاری شک دارند که: آیا چنین تلاش های اینترنتی میتواند ادامه پیدا کند؟ بیمبر(۵) معتقد است شاید این موضوع، مدلی برای جنبش های اجتماعی آنلاین جدید

۱- Zapatista rebellion.

۲- Jody Williams.

۳- http://www.icbl.org/index.php.

۴- Peter A Gloor,"Swarm Creativity, Competitive advantage through collaborative innovation networks", Oxford University Press, ۲۰۰۶, p ۱۱.

۵- Bruce Bimber, "Information and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level," Political Research Quarterly, ۵۴(۱), p ۵۳-۶۷.

ص: ۱۸۸

باشد: گروه های گذرا، مرکزگریز (نامتمرکز) شکل می گیرد و از طریق صرفاً یک برنامه سیاسی فعالیت می کند. بهانه فعالیت از بین می رود و ممکن است با به وجود آمدن ضرورت برخاستن، جنبش، دوباره شکل بگیرد یا یک گروه مشابه دیگر نیز بتواند به سرعت پدید آید.(۱)

جنبش های سیاسیِ به هم پیوسته زمانی شکل می گیرد که گروه های غیرسازمان یافته پیشین، یک صدای سیاسی را به عنوان نارضایتی درک کنند و درصدد تبلور اهدافی خاص یا خواستار تغییر شوند. شدت، وسعت، سهولت و حجم ارتباطات جهانی و پخش چندرسانه ای در اینترنت نمی تواند کمک کند، ولی می تواند فرآیند طبیعی شکل گیری جنبش سیاسی و معترضان را سرعت بخشد. این تسریع می تواند به تقویت و تشدید تعارض و اختلاف ها در اینترنت کمک کند. (همان: ۲۰۷) افراد آنلاینی که خودشان را در حاشیه می پندارند، می توانند به تلاش های گسترده رویدادهای محلی بپیوندند و جنبش و تحرک آنها را گسترش دهند، ولی این قدرتمندی ناگهانی می تواند زودگذر باشد، مگر اینکه جنبش بتواند خود را با یک ساختار سیاسی و هویتی گسترده ادغام و یکپارچه کند.

برای اینکه بفهمیم فضای مجازی و فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی در بسیج اجتماعی و سیاسی و جنبشها چه نقشی دارند، باید ابتدا جنبش های اجتماعی جدید را تعریف و تفاوت آن را با جنبش های اجتماعی کلاسیک و سنتی درک کنیم.

۱- Kelly Garrett, "Protest in an information society: A review of literature on social movements and new ICTs," Information, communication society, ۲۰۰۶, ۹(۰۲), p ۲۱۱.

ص: ۱۸۹

جنبش های اجتماعی جدید

جنبش های اجتماعی جدید

یکی از مشکلاتی که بر سر راه مطالعه جنبش های نوین اجتماعی قرار دارد، نبود اجماع در تعریف مفهوم خود جنبش اجتماعی است. این اصطلاح در دهههای اخیر به بسیاری از مسائل اطلاق شده است. مثل اعتراض های منطقهای درباره مسائل کوچک و بزرگ در یک کشور تا دیدگاه های ایدئولوژیکی که جنبه جهانی داشته اند و مسائل خاصی که بعضی از گروه های اجتماعی پی می گیرند. از سوی دیگر، خود واژه اجتماعی، تمام جنبههای رفتاری را از عمومی و جمعی تا خصوصی و فردی دربرمیگیرد. با این حال، پرسش اساسی این است که: چه چیزی یک عمل گروهی و رفتار جمعی را جنبش اجتماعی می سازد و آن را از دیگر رفتارهای اجتماعی جدا میکند؟ بر این اساس، یادآوری تعریف هایی از خود جنبش اجتماعی برای درک جنبش های اجتماعی جدید، ضروری است.

هربرت بلومر از نخستین مطالعه کنندگان پدیده جنبش اجتماعی است که تعریف های گوناگونی از جنبشهای اجتماعی ارائه کرده است. وی جنبش اجتماعی را در آثار اولیه خود، به عنوان تعابیری برای بنیادگذاری یک نظم جدید در زندگی می داند.(۱) به عبارت دیگر، او معتقد است جنبش های اجتماعی به دنبال ایجاد دگرگونی هایی در کلیه ساختهای زندگی هستند که قدرت انگیزش خود را از نارضایتی از شکل جاری زندگی و از آرزوها و آمال افراد برای ایجاد نظمی جدید به دست می آورند. بلومر در آثار بعدی، به تعریف تازهای از جنبش اجتماعی مبادرت می ورزد. در این دیدگاه جدید، جنبش اجتماعی کوشش جمعی

۱- Herbert Blumer, The study of Social movements, London,۱۹۶۹ p.۸.

ص: ۱۹۰

است برای دگرگون ساختن حیطه معیّنی از روابط اجتماعی موجود یا دگرگونی بزرگ و هدایت نشده‌ای است در روابط اجتماعی که ناخواسته تعداد زیادی از شرکت کنندگان را دربرمی گیرد.

روشه، جنبش ها را سازمانی میداند که به منظور دفاع، گسترش یا دست یابی به اهداف خاصی شکل گرفته اند.(۱) سازمان را در خودش دارد و جهت گیری آن به سوی تغییر یا حفظ جامعه، از تغییر در حوزه خاصی از جامعه است؛(۲) یعنی جنبش های اجتماعی به دنبال تغییر در همه ساحت های حوزه عمومی یا خصوصی نیست، بلکه حوزه خاصی را مد نظر دارد و به دنبال حفظ، احیا یا تغییر و تعقیب موضوعی خاص در حوزه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است. گی روشه در اثر ارزشمند خود تغییر اجتماعی، جنبش اجتماعی را عبارت از سازمانی کاملاً شکل گرفته و مشخص می داند که به منظور دفاع، گسترش یا دست یابی به هدف های خاصی به گروه بندی و تشکل اعضا می پردازد.(۳) مشکل این تعریف، عدم تمایز میان جنبش های مختلف اجتماعی است که از رفتارهای جمعی خاصی سرچشمه می گیرد.

هیوود منظور از جنبش اجتماعی را شکل خاصی از رفتار جمعی می داند که انگیزه فعالیت در آن به طور عمده از مشرب ها، رهیافت ها و آرزوهای اعضایش ناشی می شود و از نظر شکلی، درون یک چهارچوب سازمانی غیرمنسجم و آزاد فعالیت می کند.(۴) او معتقد است بخشی از یک

۱- گی روشه، تغییر اجتماعی، ترجمه: وثوقی، ص ۱۶۴.

۲- Antonio Carreton, social movements in the third world, London macmillan, ۱۹۹۴. p ۶۷.

۳- تغییر اجتماعی، ص ۱۶۴

۴- Andrew Heywood, Key concept of politics, newyork, palgrave, ۲۰۰۰, p۲۳۲.

ص: ۱۹۱

جنبش اجتماعی، نیازمند بودن به سطحی از تعهد و فعالیت سیاسی به جای عضویت رسمی و کارت دار است. افزون بر اینها، او مهم ترین ویژگی جنبش اجتماعی را تحرک آن می داند.

آنتونی گیدنز جنبش اجتماعی را کوشش جمعی برای پیشبرد منافع مشترک یا تأمین هدفی مشترک از طریق عملی خارج از حوزه نهادهای رسمی تعریف می کند.(۱) به عبارتی، از نظر گیدنز مهم ترین ویژگی جنبش های اجتماعی، غیررسمی و غیرحکومتی بودن آنهاست.

آنچه درباره جنبش های اجتماعی جدید در دنیای امروز باید مدنظر داشت، این است که این پدیده ها متحدالشکل و دارای هدف واحدی نیستند، بلکه شکل های مختلفی به خود گرفته اند. به همین دلیل، تعریف جنبش، دشوار و غیراجماعی است، ولی به دلایل گوناگون، جنبش های اجتماعی وجود دارند که یکی به دلیل علایق مردم است که می خواهند در سیاست مشارکت کنند و دیگر اینکه از این طریق، دنبال کسب فرصت ها و منافعی هستند. با این حال، به نظر می رسد جنبش های نوین اجتماعی پیش بینی ناشدنی، محاسبه ناپذیر، غیرعقلایی و بی سازمان باشند. برای فهم بهتر، ویژگی های جنبش های اجتماعی را توضیح می دهیم:

۱. پیش بینی ناشدنی: به دلیل اینکه اغلب در نقاطی که به جنبش اجتماعی نیاز شدیدی هست، رخ نمی دهد. برای نمونه، جنبش زنان در جوامعی که حقوق زنان نادیده گرفته می شود، وجود ندارد.

۲. محاسبه ناپذیر: به این دلیل که در جنبش نوین اجتماعی، انگیزه و علایق مادی و منافع شخصی دخیل نیست و افراد بیشتر به دنبال تحقق

۱- آنتونی گیدنز، جامعه شناسی، ترجمه: صبوری کاشانی, ص ۶۷۲.

ص: ۱۹۲

آرمان های غیرمادی یا به عبارتی، فرامادی یعنی بهبود کیفیت زندگی هستند.

۳. غیرعقلایی: چون از طریق غیرهنجاری و غیررسمی دنبال تحقق اهداف هستند و روشهایی که برای رسیدن به اهداف خود پیش می گیرند، به جریانهای رسمی حکومت ربطی ندارند.

۴. غیرسازمانی: به این دلیل که آنها به طور عمدی از شکل دادن به سازمان خودشان، حتی زمانی که به نظر می رسد قادر به این کار هستند، خودداری می کنند.

اما امروزه تقسیم بندی جدیدی از جنبش های اجتماعی ارائه شده که آنها را به طور کلی به دو نوع کلاسیک یا سنتی، و مدرن یا جدید تقسیم می کند. هر یک از این جنبش ها ویژگی های خاص خود را دارند. تفاوت های این دو نوع جنبش از ابعاد مختلف عبارت اند از:

نخستین ویژگی جنبش های جدید اجتماعی این است که بیشتر اعضا و طرفداران آن را جوانان تشکیل می دهند؛ در صورتی که جنبش های کلاسیک از سوی نخبگان رهبری می شد و گروه سنی خاصی را در برنمی گرفت.(۱)

دومین ویژگی جنبش های اجتماعی جدید این است که آنها بیشتر به دنبال بهبود کیفیت زندگی هستند و به اهداف فرامادی نظر دارند؛ در صورتی که جنبش های کلاسیک بیشتر درصدد تحقق اهداف مادی و اقتصادی بودهاند. به عبارتی، جنبش های جدید اجتماعی دنبال تحقق آزادی، حقوق مدنی، ترویج روحیه تساهل و مدارا، جامعه مدنی و... هستند؛ در حالی که جنبش های کلاسیک در پی بهبود وضعیت اقتصادی طبقه ای خاص یا شرایط زیست مادی بهتری بودند.

۱- Andrew Heywood, "Political Ideologies: An Introduction," ۱۹۹۸, p ۲۵۶.

ص: ۱۹۳

در حالی که جنبش های اجتماعی قدیم به وسیله منافع خاص اقتصادی و علایق اقتصادی رهبری می شدند و از طبقات کارگری حمایت می کردند، جنبشهای جدید اجتماعی اغلب کارگزارانی غیراقتصادی دارند که معمولاً از طبقات متوسط و بالای متوسط پشتیبانی و رهبری می شوند.

ویژگی دیگر جنبش های اجتماعی این است که افزون بر جنبه ملی داشتن، جنبه بین المللی به خود گرفته اند. جنبش های اجتماعی جدید نه تنها قدرت دولت را به چالش فرامی خوانند، بلکه در خارج از کشور نیز حوزه های مختلفی را درگیر خودساخته اند. به عبارتی، حوزههای جنبش های اجتماعی معطوف به مسائل بین المللی و جهانی شده است.

ویژگی دیگر جنبش های جدید اجتماعی این است که برخلاف جنبش کلاسیک که از سوی طبقه سرکوب شده و محروم حمایت می شده است، جنبش جدید اجتماعی از سوی جوانان و طبقه تحصیل کرده و تقریباً با درآمد کافی حمایت می شود. استقلال مادی اعضای جنبش، از ویژگی های مهم جنبش های نوین اجتماعی است. جنبش های جدید اجتماعی بر طبقات تحصیل کرده و دارای آگاهی و اطلاعات تکیه دارد.

ویژگی بعدی که از ویژگی قبلی ریشه می گیرد، این است که جنبش جدید اجتماعی به طور عمومی جهت گیری فرامادی یا مابعد مادی دارد که به کیفیت زندگی معروف است. ازاین رو، جنبش هایی مثل جنبش زنان وجود دارد که پرداخت برابر حقوق و فرصت های برابر اشتغال را پی گیری می کند و از نفی پدرسالاری و ارزش هایی مانند برابری زنان سرچشمه می گیرد.

ص: ۱۹۴

در حالی که جنبش های قدیم بار ایدئولوژیکی بسیار برجسته ای داشتند، جنبشهای جدید اجتماعی به طور مشخص و آشکار ایدئولوژیکی نیستند و نمی توان ایدئولوژی آنها را به روشنی مشاهده و تعریف کرد.(۱)

ویژگی پایانی جنبش های اجتماعی جدید آن است که نوع جدیدی از سیاست را بنیان گذاری کرده اند. در حالی که جنبش های قدیم در ساختار سازمانی خود بر تمرکزگرایی و تصمیم گیری متمرکز تأکید داشتند، جنبش های اجتماعی جدید بیشتر حالت غیرسازمانی دارند. به همین دلیل، جنبش های جدید اجتماعی از احزاب سیاسی، گروه های فشار و منافع و... جدا شده اند؛ زیرا ظهور نسل جدید جنبش های اجتماعی، دگرگونی هایی را در نوع نگرش به خود جنبش ها پدید آورده است. به عبارتی، جنبش های جدید اجتماعی چنان که لاکلاو و موف گفته اند به سوی کثرت گرایی سیاسی و ایجاد حوزه سازمانی مستقل بیشتری از دولت و از بین بردن تمرکزگرایی بروکراتیک جهت گیری کرده اند.(۲)

جنبش های جدید اجتماعی بر روی دو هدف عمده تمرکز دارند: یکی آگاهی و روشن بینی، و دیگری رهایی که در تغییرات اجتماعی مدنظر است. به دیگر سخن، این جنبش ها بر روی زندگی افراد اثر می گذارند.(۳)

از نگاهی دیگر، مهم ترین وجوه تمایز جنبش های اجتماعی جدید از کلاسیک یا قدیم عبارت اند از:

۱- Donatella Della Porta, and Mario Diani, Social movements: An introduction, John Wiley Sons, ۲۰۰۹, pp ۱۳- ۱۶.

۲ - Ernesto Laclau, and Chantal Mouffe, Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics, Verso, ۲۰۰۱, p ۲۳۷.

۳ - Margot Breton, "Relating Competence- Promotion and Empowerment," Journal of Progressive Human Services, ۵(۱), p ۳۱.

ص: ۱۹۵

(جنبش های قدیم و کلاسیک از ماهیت طبقاتی برخوردارند؛ در حالی که نوع جدید جنبش ها، هویت محور، جمعی و غیروابسته به طبقه ای خاص و ائتلافی از چند طبقه، قشر و هویت هستند. جنبش های نوین در خصوص سیاسی شدن هویت ها و مسائلی چون زنان، محیط زیست، صلح، حقوق بشر و قومیت ها سازمان دهی شده اند.

(جنبش های نوین برخلاف نوع قدیم و کلاسیک آنها، بیشتر بعد جهانی دارند تا ملی و محلی و دل مشغولی آنها مربوط به نوع بشر به طور کلی و دشواری های مشترک آن، همچون تروریسم، آلودگی محیط زیست و... است.

(جنبش های نوین به شدت به رسانه ها و به ویژه فن آوری های جدید ارتباطی و اطلاعاتی وابسته اند و بدین شیوه به بسیج اعتراض ها و مشارکت در سطح جهانی مبادرت می ورزند؛ در حالی که جنبش های کلاسیک و قدیم به رسانه های ارتباط جمعی کلاسیک و ارتباطات چهره به چهره وابسته بودند.

(جنبش های قدیم و کلاسیک به طور عمده، خشونت آمیز بوده اند؛ حال آنکه جنبش های جدید بیشتر مسالمت آمیز و کمتر خشونت آمیز هستند.

(جنبش های نوین به طور عمده به صورت شبکه ای برای برقراری پیوند و ائتلاف میان بازیگران گروهی و غیردولتی و جنبش های دیگر در سطح جهانی عمل می کنند و کمتر سلسله مراتبی هستند و ازاین رو، اغلب ساختار باز و انعطاف پذیری دارند؛ حال آنکه نوع کلاسیک و قدیم آنها بیشتر از ویژگی شبکه ای درون گروهی و درون جنبشی برخوردار بوده اند تا بین جنبشی.(۱)

۱- ۱۶ -۱۳ Social movements: An introduction, pp.

ص: ۱۹۶

فضای مجازی و جنبش های نوین اجتماعی

اشاره

فضای مجازی و جنبش های نوین اجتماعی

همان گونه که گفتیم، جنبش های جدید اجتماعی بیشتر به فن آوریهای ارتباطی وابسته اند و در حال حاضر، ظرفیت فن آوریهای نوین ارتباطی با امکان گفت وگو و ایجاد روابط جدید بین افراد در محدوده جهانی، شرایط شکل گیری آنها را فراهم ساخته است. بنابراین، جنبش های جدید اجتماعی بر فن آوری ارتباطی و اینترنت و رایانه تکیه می کنند. امروزه ویدیو، رایانه، سی دی ها و دیسکت های تصویری و صوتی، فضای مجازی و دیگر وسایل ارتباطی اهمیت بسزایی در ایجاد جامعه ارتباطی پیدا کرده اند و خلق جنبش های جدید اجتماعی را آسان می سازند.

ویژگی قابل توجه فعالیت عمومی اخیر، استفاده از فضای مجازی از سوی طیف گستردهای گروه های فعال در اعتراض های سیاسی و اجتماعی است. اینترنت نه تنها بسیج و مشارکت در گونه های سنتی اعتراضی، مثل اعتراض های خیابانی ملی را تسهیل می کند، بلکه با توسعه راه های ارتباطی و بسیج با سرعت بیشتر و مؤثر، به این اعتراض ها، ویژگی فراملی می بخشد. در حقیقت، برقراری ارتباط از طریق اینترنت و فضای مجازی برای جنبش های جدید سیاسی اجتماعی ایده آل است؛ زیرا این روش نامتمرکز بوده، قابلیت کنترل کمتری دارد و هویت افراد در آن به راحتی فاش نمی شود و دسترسی آزاد را برای هر کس که خواهان آن باشد، امکان پذیر می سازد. تسهیلات بسیار دیگری مانند پست الکترونیک، اتاق های گفت وگوی اینترنتی، گروه های الکترونیک، محفل های اینترنتی و تابلوهای اعلانات مجازی نیز از جمله این امکانات شمرده می شوند.

در حقیقت، نقش فضای مجازی در گسترش جهانی اعتراض و اتحاد

ص: ۱۹۷

قطعی است؛ زیرا با بهر ه گیری از شبکه باز اینترنت و فضای مجازی، طیف گسترده ای از فعالان، گروه ها و سازمان های اجتماعی می توانند به یکدیگر متصل شوند و در کنش های هماهنگ بر ضد یک موضوع، مسئله یا رویداد، به شکل آفلاین در خیابان ها و نیز آنلاین در فضای مجازی ائتلاف کنند.

هر چند بررسی نقش اینترنت در ایجاد جنبش های اجتماعی دشوار است، نمونه های مختلف نشان می دهد فضای مجازی، ابزارهای جدید جامعه مدنی را برای حمایت از ادعاهای جنبش ها می بخشد. از یک سو، اینترنت کنش جمعی آفلاین (سنتی) را از نظر سازمان، بسیج و فراملی شدن تسهیل و حمایت می کند و از سوی دیگر، یک شکل و حالت جدید از کنش جمعی را پدید می آورد. به عبارت دیگر، اینترنت در واقع نه تنها از کنش های جنبش اجتماعی آفلاین (سنتی)، مثل اعتراض های خیابانی کلاسیک حمایت می کند و آنها را بیشتر فراملی می سازد، بلکه برای تنظیم شکل جدیدی از فعالیت های اعتراضی و ایجاد گونه های آنلاین کنش های اعتراضی موجود استفاده می شود. با این عمل، اینترنت مجموعه جنبش اجتماعی امروزی را گسترش داده است.

همچنین برخی محققان معتقدند فضای مجازی و فن آوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، همانند دیگر نوآوریهای اولیه، ارتباطات سیاسی را گسترش می دهد و آن را آسان می کند و در سطحی دیگر، با توجه به افزایش سرعت و گسترده شدن ارتباطات، جنبش های جدید را پدید می آورد. نیز رسانه بهتری برای گسترش اطلاعات و عقاید، توسعه همکاری و انسجام و حل اختلاف است.(۱) حتی اگر نقش ابزاری برای

---

۱ - ۱.Jay G Blumler, and Michael Gurevitch, "The new media and our political communication discontents: Democratizing cyberspace, " Information, Communication Society, ۲۰۰۱, ۴(۱), pp۱-۱۳.

ص: ۱۹۸

اینترنت قائل شویم، باز اینترنت نقش مهمی در جنبش های اجتماعی دارد که عبارتاند از:

(در درجه اول، استفاده آن در سازمان دهی و تدارک اعتراض و حفظ شبکه برای گروه های مختلف است.

(دوم، اینترنت می تواند ابزاری خاص برای بیان مستقیم اعتراض و نارضایتی باشد.

(سوم، نقش شناختی دارد؛ یعنی موجب می شود اطلاعات گسترانده شود و افکار عمومی به موضوع هایی حساس گردند که از سوی رسانه های جریان اصلی، یا پوشش داده نمی شود یا کمتر مورد توجه قرار می گیرد و در نتیجه، هویتهای جمعی را تقویت می کند.

از سوی دیگر، اینترنت، برای جنبش های اجتماعی، ابزارهای سریع و ارزان ارتباطات بین المللی فراهم می کند که بسیج و ساختارهای سازمانیِ به شدت انعطاف پذیر و نرم را امکان پذیر کرده است. اینترنت نه تنها خود به یک سازمان تبدیل می شود، شکل گیری ارتباط میان سازمان ها و در برخی موارد، خود سازمان ها را موجب می شود.(۱) در حقیقت، اینترنت از فرآیندهای سازمانی مشارکتی حمایت می کند. بر اساس نظر کاستلز،(۲) اینترنت برای ویژگی های اصلی نوع جنبش های اجتماعی مناسب است که در عصر اطلاعات ظهور می کنند؛ زیرا نه تنها یک فن آوری واقعی است، بلکه رسانه ای ارتباطی است و زیرساخت های مادی یک شکل سازمانی خاص را دارد: شبکه. نقش اینترنت در شکلدهی به جنبش،

۱- Winston Bennett, "Communicating global activism." Information, Communication Society, ۲۰۰۳, ۶(۲), p۱۵۶.

۲- Manuel Castells, Power and Counter-power in the Network Society, International Journal of Communication, ۲۰۰۷, ۱ (۱), p۶۹.

ص: ۱۹۹

ویژگی خود وب را داراست که به شکل شبکهای تمامی واحدها به هم وصل میشوند. بنابراین، فضای مجازی به عنوان شکلی از ارتباطات جنبشی است که تأثیر تحولی بیشتری بر سازمان های جنبش نوین داشته است.

در واقع، فضای مجازی دنیای بیکرانی از امکانات و قابلیت های بی شمار است که بدون محدودیت در دسترس همگان قرار دارد و هر کس با هر انگیزه و هدفی می تواند از این موهبت بهره برداری کند. بی گمان جنبش های جدید نیز خود را از این قاعده، مستثنا نمی دانند. آنها همانند همه این حق را برای خود قائل می شوند که از امکانات بی شمار این فضا در راستای تحقق اهداف شان بهره برداری کنند.

مهم ترین دلایل کاربرد گسترده رسانه های مجازی و فضای مجازی در جنبش های جدید

مهم ترین دلایل کاربرد گسترده رسانه های مجازی و فضای مجازی در جنبش های جدید

۱. بدون مرز بودن فضای مجازی: ماهیت فرامرزی فضای مجازی، آن هم به گونه ای که هیچ یک از موانع و مرزهای موجود در دنیای فیزیکی در آن ملاحظه نشود، یک ویژگی اساسی به شمار می آید و مزایای بی شماری از آن سرچشمه می گیرد.

۲. کاهش هزینه فعالیت ها: فضای مجازی، هزینه اقدامات را به طور قابل ملاحظه ای کاهش داده است. ازاین رو، ماهیت فرامرزی فضای مجازی، فرصت بسیار خوبی برای جنبش های جدید است که در آن، با وجود دست یابی به اهداف پیش بینی شده، امکان به دام افتادن افراد و کنترل جنبش ها به حداقل ممکن می رسد. جنبش ها به راحتی می توانند از هر گوشه جهان اهداف خود را در فضای مجازی پی گیرند، بی آنکه

ص: ۲۰۰

شناسایی شوند و حتی در صورت شناسایی نیز، مشکلات اجرایی بسیاری برای دستگیری و مجازات آنها وجود دارد.

۳. تأمین راحت امکانات و عوامل مورد نیاز برای فعالیت: فضای مجازی و رسانه های نوین، تمام ابزارهای مورد نیاز را برای انواع فعالیت های جنبش ها در فضای مجازی به صورت روز آمد در اختیار همگان قرار داده است. البته شیوه به کارگیری آنها تا حدی ساده شده و با کمترین مهارت و تجربه می توان از آنها استفاده کرد.

۴. بازتاب جهانی فعالیت های جنبش ها: شاید فن آوری اطلاعات و ارتباطات الکترونیکی، تنها ابزاری باشد که جهانیان همگی به صورت مشترک از آن استفاده می کنند. ازاین رو، هرگونه اختلال در آن به روشنی بازتاب جهانی دارد و به راحتی اعتبار یک کشور یا مجموعه خاصی در فضای سایبر لکه دار می شود. به همین دلیل، از آنجا که جنبش ها به دنبال بازتاب جهانی اقدامات شان هستند، این فضا می تواند بهترین گزینه باشد.

۵. امکان هماهنگی لحظه ای با ضریب اطمینان بالا: یکی از ابزارهای مورد نیاز و حیاتی جنبش ها، وسایل ارتباطی پیشرفته است تا بتوانند در کمترین زمان و با کمترین مشکل از وضع یکدیگر آگاه شوند. رسانه های مجازی این امکان را برای آنها فراهم آورده است و ایشان می توانند با بهره گیری از انواع ابزارهای ارتباطات الکترونیکی، مانند پست الکترونیکی، محیط های گپ (اتاقهای چت) و... به شکل مکتوب، صوتی، ویدیویی و به صورت زنده با یکدیگر ارتباط برقرار کنند.(۱)

۱- John Downey, and Natalie Fenton. "New media, counter publicity and the public sphere," New Media Society, ۲۰۰۳, ۵(۲), pp۱۸۵-۲۰۲.

ص: ۲۰۱

۶. امکـان جـذب حامیـان از سراسـر جهـان: جلب حمایت جامعه مخاطبان مورد نظر و حتی عضو گیری از میان آنها، از جمله مسائل لازم در جنبش هـای اجتمـاعی سیاسـی جدیـد است. حـال با توجه به اینکه فضای مجازی امکانات رسانه ای بسیار گسترده تر را با اثرگذاری بسیار بیشتر و با هزینه بسیار ناچیز در مقایسه با امکانات رسانه ای دنیای فیزیکی در اختیار همگان قرار داده است، جنبش ها نیز با بهره گیری از آن و ساخت انواع برنامه های تبلیغاتی چندرسانه ای، به جلب حامی و جذب نیرو می پردازند.

همـان گونه که مشاهـده میشود، ظرفیتهـای رسانهای جدیـد، امکان فعالیتهای گوناگونی به کنشـگران می بخشـد. در ادامه، به نقش فضای مجازی و فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی جدید در بسیج اجتماعی و سیاسـی می پردازیم که در فهم نقش بالقوه اینترنت در رادیکالیزه شدن مؤثر است.

سازمان های جنبش های اجتماعی و رسانه های نوین

سازمان های جنبش های اجتماعی و رسانه های نوین

فضـای مجـازی و رسانه های نوین، بر شـکل گیری و نحوه عمل سازمان های جنبش اجتماعی اثر گذاشـته است. امروزه، سازمانهای جنبش اجتماعی در تحولات بینالمللی نقش اساسـی دارند. بر این اساس، در ادامه به رابطه میان سازمان جنبشـهای اجتماعی و رسانه های نوین می پردازیم.

(سازمان های جنبش های اجتماعی افقی، نامتمرکز، به شکل آنلاین باهم ائتلاف می کنند.

«جنبش های الکترونیک(۱)» جنبش هایی اجتماعی هستند که کاملاً در

۱- E-movements.

ص: ۲۰۲

فضای آنلاین پدیدار گشته اند و از جنبش های اجتماعی سنتی متمایز می شوند که فعالیت های طبیعی خود را در فضای آنلاین افزایش داده اند. از نظر سنتی، جنبش های اجتماعی در یک ساختار مرکزی و سلسله مراتبِ عمودی سازمان دهی شدهاند؛ در صورتی که جنبش های الکترونیک، از آزادی عمل در حالت های مختلف برخوردارند.

در جنبش رأی گیری استراتژیک(۱) در سال ۲۰۰۰، یک مدل رهبری نامتمرکز و افقی جدید ظهور کرد. شادسون و ایرل،(۲) رهبران بسیاری را یافتند که توانایی رایانه ای داشتند و فاقد هر گونه تجربه سیاسی پیشین بودند. به عبارت دیگر، فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی و فضای مجازی، افراد غیرفعال سیاسی و دارای توانایی های رایانه ای بالا را برای آغاز یک جنبش الکترونیکی و مجازی کامل و باز، قدرتمند کرد.

امکانات فن آوری اطلاعات و ارتباط که رهبری جایگزین را امکان پذیر میسازد، برخی محدودیت های سازمانیِ تشکیل دهنده سازمان های جنبش اجتماعی را تسهیل می کند. اکنون جنبشهای آنلاین می توانند بدون ساختار سلسله مراتبی عمودی و مرکزی گذشته، به طرز موفقیت آمیزی عمل کنند و رهبران می توانند حتی با آزادی بیشتری در درون جنبش رفتار نمایند. همان گونه که جنبش رأی گیری استراتژیک نشان می دهد، جنبش های آنلاین کمتر در قید و بند استانداردهای محدودیت های جنبش اجتماعی هستند. برای مثال، در یک گروه سنتی، رهبران جنبش ممکن است با فشارهایی از سوی اعضا در نوع و شیوه رهبری روبه رو شوند. برعکس، در یک جنبش الکترونیکی و مجازی،

۱- Strategic Voting Movemen.

۲- Michael Schudson ,and Martin Earl, Media, Movements, and Political Change, Emerald Group Publishing, ۲۰۰۸.

ص: ۲۰۳

افراد مختلف زیادی میتوانند اهداف اصلی و روش ها را تعیین کنند و مسیرها و روش های فراوانی برای افراد علاقه مند فراهم آورند تا به اهداف گسترده جنبش نزدیک شوند و در آن مشارکت ورزند.(۱) به علاوه، «رهبر» ممکن است فقط عضوی باشد که بهترین مسیر و روشِ عمل را پیشنهاد کرده است.

امروزه، گروه های آنلاینِ خودسازماندهی شده ای از معترضان وجود دارند که به سرعت گرد هم می آیند و ملاقات های بی وقفه و مستمری دارند و به شکل ارگانیک، افقی و بدون رهبری مرکزی با هم همکاری می کنند.(۲) به دلیل اینکه اعضای آنها بدون زنجیره دستوری با یکدیگر ارتباط و همکاری دارند و برنامه خودشان را انجام میدهند، سازمان جنبش های اجتماعی آنلاین در یک ساختار ابرگونه، پیوسته و زیگزاگی هستند.(۳) این سازمان جنبشهای اجتماعی، به شدت نامتمرکز و انطباق پذیرند و قدرت مانور بیشتری در تضادها و اختلافهای مربوط به خود دارند؛ زیرا کنش ها و اعمال به جای رهبری مرکزی، با یک برنامه سیاسی عمومی به هم می پیوندند.

کلندرمانز(۴) معتقد است جنبش موفق باید قدرت اثرگذاری بر اجماع و توافق، بسیج فعالیت ها، جذب حامیان جدید و فعال کردن حامیان موجود را داشته باشد. (اسنو و بنفورد، ۱۹۸۸) همان گونه که پیش تر مطرح

۱- Media, Movements, and Political Change, ۲۰۰۸.

۲ - Bruce Bimber, Andrew J. Flanagin, and Cynthia Stohl, "Reconceptualizing collective action in the contemporary media environment," Communication Theory, ۲۰۰۵, ۱۵(۴), pp ۳۶۵-۳۸۸.

۳ - Kelly Garrett, "Protest in an information society: A review of literature on social movements and new ICTs," Information, communication society, ۲۰۰۶, ۹(۲), p ۲۱۱.

۴- Klandermans.

ص: ۲۰۴

کردیم، اینترنت و رسانههای جدید آشکارا دسترسی را تسهیل می کند، ولی هزینه کنش فرد را پایین می آورد. همچنین در سطحی دیگر، افزون بر فراهم کردن همکاری و مشارکت خرد، به شکلگیری و تجمع مؤثر و سودمند کمک می کنند.

مطالعات موردی نشان می دهد فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی و اینترنت، شبکه های اجتماعیِ پراکنده جغرافیایی را پدید می آورد و آن را حفظ می کند، ولی کاملاً ـ مشخص نیست که آیا شبکه های مجازی می توانند روابط پایدار و طولانی مدت را تقویت، و فشارهای اجتماعی را به طرز مؤثری بیان و هدایت کنند. برخی مطالعات نشان دادهاند حتی ارتباط و اتصال ضعیف در فضای مجازی و از طریق شبکه های آنلاین، برای ایجاد کنش اجتماعی، مناسب و کافی است. به واقع، ارتباط ساده و منظم آنلاین، می تواند به شکلگیری برخی حمایت ها و بسیج آنلاین و آفلاین بینجامد.

(سازمان های جنبش اجتماعی، از اینترنت برای دسترسی به مخاطب و کنار گذاشتن رسانه های جریان اصلی استفاده می کنند.

اینترنت فعالانه بر ارتباطات داخلی و درونی اثرگذار است، ولی سازمان های جنبش های اجتماعی موفق باید ارتباط بیرونی و خارجی برقرار کنند. یک جنبش سیاسی ممکن است تنها بخش کوچکی از آنچه هواداران و حامیان می بینند، می شنوند و درباره جنبش می خوانند، کنترل کند. اینترنت، ارتباطات مستقیم و با هزینه پایین و اثربخش گروه را امکان پذیر میسازد و به طور فعال بر پوشش رسانه ای گسترده اثر می گذارد. سازمانهای جنبش اجتماعی به دنبال پوشش رسانهای هستند تا مسائل خود را وسعت و شدت ببخشند و موضوعات مقتضی و لازم را برای مردم چارچوب بندی کنند.

ص: ۲۰۵

برای گروه های اندکی دسترسی به دستگاه های رسانهای جریان اصلی امکان پذیر است، ولی اکنون اینترنت و فضای مجازی این «شکاف رسانهای» را برای گروه های جدیدتر و کمتر سازمان یافته تا حد زیادی کم می کند. برخی گروه ها، از اینترنت برای اتصال به رسانه ها بهره می برند و سازمان های جنبش های اجتماعی آنلاین می توانند از طریق فضای مجازی به طور مستقیم به میلیون ها کاربر دسترسی پیدا کنند؛ زیرا بسیاری از موفقیت های جنبش ها به دریافت عموم بستگی دارد و این یک ظرفیت و فرصت نه تنها برای دسترسی، بلکه برای پاسخ جامع به انتقاد، مواجهه با پوشش منفی و ارائه پیام خود بدون چون و چراست. (همان) یک وب سایت خوب با طراحی زیبا و اطلاعات به روز، به هر جنبشی مشروعیت خاصی میبخشد و دسترسی به مخاطب هدف را آسان می کند.

به طور کلی در فضای رسانهای جدید، هر چه منفعت گروهی به شدت نادیده گرفته شود یا رسانه های جریان اصلی از بازنمایی گروه هایی سر باز بزنند، به همان اندازه جذابیت اینترنت برای آن گروه ها بیشتر میشود. ازاین رو، سازمان های جنبشهای اجتماعی زمانی که توجهی از سوی رسانه های معمولِ رسمی نمی بینند، به احتمال فراوان جنبش و نهضت خود را آنلاین می کنند؛ به ویژه اگر ساختار رسانه های سنتی و مرسوم یک کشور در انحصار دولت یا انحصاری باشد. وب سایت ها به جنبش ها امکان می دهند تا بازنمایی خود را برای مردم و دسترسی به یک رسانه ارتباط جمعی را کنترل کنند. با این شرایط، جنبش ها توانایی کنترل تصویر خود را دارند و این می تواند ابزار قدرتمندی برای ادامه فعالیت آنها باشد. بدون اینترنت، عملاً برای

ص: ۲۰۶

جنبش ها، موفقیت و حفظ سرعت و شتاب امروزی ممکن نیست؛ همان گونه که جنبش زاپاتیستای مکزیکو توانست به موفقیت برسد.

(سایتهای شبکه های اجتماعی، اعتراضِ سریع را تسهیل می کنند.

سایت های شبکه های اجتماعی مثل فیس بوک، توییتر و یوتیوب از طریق اینترنت و فضای مجازی، ارتباط در زمان واقعی با امکانات بسیار را برای ارتباط بصری دگرگون کرده است. این سایت ها، برای سازمان جنبش های اجتماعی ابزارهای بیشتری فراهم آورده است. نمونه های قدرتمند بسیاری می توان در زمینه انتخابات امریکا و دیگر کشورها یافت. در بسیاری از کشورها، گروه مخالف به رسانه های ارتباط جمعی جریان اصلی دسترسی ندارند یا دسترسی محدود دارند. در این صورت، سایت های شبکه های اجتماعی در محدوده جهانی، راه اصلی ارتباط گروه ها و به ویژه گروه های مخالف می شوند.(۱) در تحولات خاورمیانه، شبکه های اجتماعی به ابزاری برای اطلاع رسانی سریع و گسترده و افزایش بینش سیاسی مردم در این کشورها تبدیل شد.

گروه های رادیکال و فضای مجازی

گروه های رادیکال و فضای مجازی

تحقیق و پیشینه کنش جمعی، مفاهیم سودمندی برای فهم نوع دیگری از شبکه نامتمرکز و مرکزگرا، یعنی گروه های رادیکال ارائه می کند. اینترنت به گونه معنا داری هزینه کنش جمعی سازماندهی شده را کاهش داد(۲) و ممکن است برای جنبشها و گروههای رادیکال که به بودجه های رسمی

---

۱ - Henry Farrell, "The consequences of the internet for politics," Annual Review of Political Science, ۲۰۱۲, ۱, pp ۳۵-۵۲.

۲ - ۱. Peter Van Aelst, and Stefaan Walgrave, in Cyberprotest New Media, Citizens and Social Movement, Wim van de Donk, Brian D.Loader, Paul G.Nixon Dieter Rucht (eds), Routledge, ۲۰۰۴.

ص: ۲۰۷

وابسته نیستند، مفید باشد. برای نمونه، ایرل و شادسون(۱) معتقدند چنین کاهش هزینه های عملیاتی، افراد را توانا می سازد دوباره حول یک موضوع و هدف، گرد آیند و به اعتراض خود در قبال یک مسئله ادامه دهند و سامان دهی شوند و ممکن است موضوع اعتراض سازمان دهی شده آفلاین شود. گروههای رادیکال ممکن است در مراکز خرید و خیابان ها جمع نشوند، ولی میتوانند در نتیجه کاهش زیاد هزینه های کلی، به شکل آنلاین ارتباط برقرار کنند و بسیج شوند.

از تحقیقات پیشین بر می آید گروه هایی که پیش تر از نظر سیاسی فعال بودند، منافع نسبتاً زیادی از این فن آوری های ارتباطی جدید و فضای مجازی به دست آوردهاند. برخی کارشناسان معتقدند این گروه های سیاسی فعال به احتمال زیاد از گروه های جمعیتی نخبه هستند؛ در حالی که گروه های رادیکال ممکن است از گروه های جمعیتی نخبه باشند (یا نباشند). وقتی اهداف گروه ها، سیاسی باشد، منافع استفاده از اینترنت و فضای مجازی بیشتر از زمانی است که اهداف گروه، غیرسیاسی (مثلاً مالی یا فرهنگی) است. به عبارت دیگر، داشتن اهداف سیاسی، بیشتر کاتالیزوری برای افزایش بهره گیری گروه های رادیکال از اینترنت است.

به هر حال، گروه های رادیکال بخشی از ترکیب جمعیتی کاربران اینترنت هستند. در حالی که فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی عموماً ساز و کارهای مهم بسیج گروه های رادیکال نیستند، این گروه ها با شور و اشتیاق فراوان، از فن آوری برای رسیدن به اهداف خود به شکل بهینه و با سرعت فراوان استفاده می کنند. اینترنت، به شکل قابل ملاحظه ای

۱- Media, Movements, and Political Change, ۲۰۰۸.

ص: ۲۰۸

جمعیت هـای پراکنـده و کوچـک را به هم پیونـد می دهـد و کنش های محلی شان را به یک جنبش بین المللی گسترده متصل می کند. همان گونه که در فعالیت های برخی گروه های افراطی اسـلامی همچون القاعده و سـلفی ها دیده می شود، مسیرها و راه های آنلاـین، مکان های ملاقات چنین گروه هایی شـده است. در این زمینه، مفسـران، اینترنت را «افغانسـتان مجازی» می داننـد که گروه هـای رادیکال در آن به شـدت فعال انـد. دیگر گروه های رادیکال، از اینترنت برای کنار گذاشـتن و دور زدن رسانه های رسـمی و جمعی اسـتفاده کرده انـد. آنها محتوای خود را تولیـد و متخصـصان فن آوری را اسـتخدام می کنند تا به یکپارچگی فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی خود یاری رسانند.

جنبشـهای آنلاـین، خـود را در شـبکه هـای افقی و نـامتمرکز پی ریزی میکننـد که قـادر به کنش هم زمـان و سـریع است و در برابر زیرسـاخت هـای جنبش هـای سـنتی، حفظ زیرساخت های آن خیلی ارزان تر و حتی آسان تر است. اینترنت، مکان ها و روش های بسیاری برای افراد ارائه می کند تا با دیگران تماس و ارتباط برقرار کنند و باورها و علایق خود را به اشتراک بگذارند. با وجود این، در حـالی که مجموعه رو به رشـدی از تحقیق دربـاره اثرگـذاری اینترنت و فضـای مجازی بر جنبش های اجتماعی و سیاسـی وجود دارد، حوزه هایی وجود دارنـد که بایـد با نگاه انتقادی این فضاها را مطالعه کرد. بنابراین، باید تحقیقات بسـیاری درباره روابط علّی بـالقوه میـان فعـالیت اینترنتی و پویـایی شناسـی گروه هـای سیاسـی و اجتمـاعی انجام شود. چنان که مطرح کردیم، اینترنت و فضای مجازی، هزینه سازمان دهی کنش جمعی را به شدت کاهش داده اند(۱) و آن گروه ها و

۱- ۲۰۰۴, in Cyberprotest New Media, Citizens and Social Movement.

ص: ۲۰۹

جنبش ها که به تأمین بودجه رسمی وابسته نیستند یا با توجه به ماهیت فعالیت خویش، به چنین بودجه هایی نمی توانند وابسته باشند، به احتمال زیاد، سود نسبتاً بیشتری از سازمان های سیاسی سنتی در فضای آنلاین کسب می کنند.(۱) با وجود این، برخی محققان بدبین به اینترنت معتقدند فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی، عملاً نابرابری های کنونی جهانی را تقویت می کنند. همین طور، تحقیقات بیشتری نیاز است تا به طور دقیق و خاص بفهمند چگونه فعالیت های اینترنتی و مجازی، دلایل و اسباب سیاسی و اجتماعی را شکل می دهند. همچنین چگونه عوامل مربوط به راهبُردهای اینترنتی و ویژگیهای گروه بر سودرسانی به سازمان اثر می گذارد.

تحقیق درباره فن آوری، همواره در پی پاسخ گویی به این پرسش است که: آیا فن آوری، ابزار است یا نه؟ به عبارت دیگر، فن آوری کانالی است که از سوی کاربر به شیوه های مختلف دستکاری می شود یا نوع خاصی از فن آوری است که عملاً بر انواع خاصی از نتایج و برون دادها اثر می گذارد؟ یا تأثیر اینترنت بر فعالیت و عمل گرایی سیاسی، بیشتر به خود فن آوری وابسته است یا نه؟ عوامل دیگر مثل شرایط اجتماعی و اقتصادی، پیشرفت و اکتساب آموزشی یا تمایل فرهنگی چقدر در این زمینه اثر گذارند؟

حوزه دیگر برای بررسی بیشتر، رابطه میان اینترنت و دموکراسی است. این حوزه می تواند تأثیر اینترنت بر فرآیند دموکراتیک یا اینترنت به عنوان محلی برای عمل دموکراتیک در نظر گرفته شود. محققان

۱- Bruce Bimber, "The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Puralism," Polity, ۱۹۹۸, ۳۱, pp۱۳۳-۱۶۰.

ص: ۲۱۰

خوش بین به اینترنت معتقدنـد فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی و فضای مجازی، فضاها و صـداهایی به افرادی می بخشد که فاقد آنها هستند و این شرایط می تواند تأثیر دموکراتیکی در جهان داشته باشد. اکنون دسترسی به ساختارهای تغییر سیاسی می تواند از هر کس، در خانه یا از طریق یک محل با بودجه عمومی یا خصوصی، مثل کتابخانه ها، دانشگاه ها یا کافی نت اتفاق افتد. می توان پرسشی را در این باره بررسی کرد که: آیا این ساختارها، فرصتی برای افراد و گروه ها برای رسانـدن پیام خود به مخاطب گسترده در مقایسه با دوره پیش از فضای مجازی است یا نه؟

در نهایت، تحقیق بایـد بر این مسئله متمرکز شود که: چگونه جنبشـهای اجتماعی و سیاسی مؤثر در فضای مجازی شکل میگیرد و چقـدر در رسیدن به اهـداف آنهـا کمـک، و چگونه فعـالیت آنهـا در چنین فضـایی پایـدار و همیشگی می شود؟ گـاه جنبش های اجتماعی در فضای مجازی شکل می گیرند، ولی در نهایت تغییر چندانی در ساختار اجتماعی و فرهنگی جامعه مورد نظر دیده نمی شود. باید مطالعات طولی درباره رویدادهای مشابه در خصوص کنش جمعی صورت گیرد تا توضیح دهد چه تغییرات پیوسته ای به عنوان نتیجه جنبش اولیه به دست می آیـد. همچنین تحقیقات آینـده بایـد تأثیر و پایداری جنبش های سیاسی و اجتماعی را به طور کیفی و با تأکید بر احتمالات گسترده مطالعه کند.

ص: ۲۱۱

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

اشاره

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

زیر فصل ها

نتیجه گیری

پیشنهادها

ص: ۲۱۲

ص: ۲۱۳

نتیجه گیری

نتیجه گیری

درباره قدرت به مثابه یک گفتمان اساسی و مناقشه برانگیز در علوم انسانی، همواره از جنبه های گوناگون بحث شده، ولی با توجه به رشد فن آوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و نیز فضای مجازی، محیط و فضای رسانه ای جدیدی پدید آمده است. در این فضا و محیط جدید، قدرت، معنا و مفهوم دیگری یافته و نیز جایگاه قدرت در تحولات بین المللی شکل دیگری پیدا کرده است. رسانههای نوین نه تنها چندصدایی، تنوع، قابلیت دسترسی و حق انتخاب را به عرصه گفتمان غالب رسانه ای کشانده اند، بلکه این فرصت را برای رسانه های همگانی فراهم کرده اند که منابع متنوع، گسترده و سهل الوصول در مقیاس جهانی در دسترس آن باشد.

در محیط و فضای رسانهای نوین، نهاد هایی همچون سندیکاها، شوراها، انجمن ها، کانون ها و تشکل های برآمده از شهروندان، می تواند به عنوان ضدقدرت وارد صحنه شود. اعتراض، تحصن، جنبش، اعتصاب، تظاهرات و در صورت لزوم، دیگر کنش های جمعی، قدرت سیاسی را به واکنش وامی دارد. در واقع، کنشگران سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، ادبی و... مجرای مقاومت را در فضای رسانه ای نوین، میزان مشارکت فعالانه خود در این فضا یافته اند. همچنین، وبلاگ نویسان

ص: ۲۱۴

و خبرنگـاران از فیس بوک، توییتر، فلیکر، وبلاـگ هـا و دیگر ابزارهـای رسانه برای گزارش اعتصاب و هشـدار به شـبکه ها درباره فعالیت پلیس، سازمان دهی حفاظت قانونی و جلب نظرها به تلاش های شان استفاده کردند.

در چنین فضـای جدیـدی، نقش شـبکهسازی و تعـاملی رسـانه های نوین در قـدرت سازی جوامع و به ویژه در عرصه بین الملل مهم است و در قـدرت، دیپلماسـی و تحولاـت بینالمللی نقش اساسـی دارد. سـلطه بر این فضا و محیط جدیـد و مشارکت فعالانه، میتواند قـدرت شـبکهای و ایجـاد ظرفیت برای قـدرت به وجـود آورد و وضـع کنـونی قـدرت کشورهـا را در تحولاـت بینـالمللی به چـالش بکشاند.

کشورهـا در این فضـا و محیـط رسانهـای نوین، از چارچوبهای جدیـد و روش های متفاوت در تحولات بینالمللی بهره میگیرنـد و با یکـدیگر رقابت میکننـد. در حقیقت، موفقیت در نظام رسانهای نوین، تأثیر فراوانی بر قدرت یک کشور در تحولات بینالمللی دارد. بنابراین، رقابتی که در عرصه رسانهها و به تبع آن، در تحولات بینالمللی صورت گرفته، می تواند هم فرصت ساز باشد و هم فرصت سوز.

در این نوشـتار کوشیدیم در کنار بیان رویکردهای مختلف به رسانه های نوین، دیدگاه های مربوط به این رسانهها و محیط و فضای رسانهای جدید را توضـیح دهیم. سـپس درباره روندهای کنونی جامعه اطلاعاتی و دیپلماسی و تأثیر فضا و محیط رسانهای جدید بر ابعـاد مختلـف دیپلماسـی و روابـط بین الملـل و ارتباطـات میـان فرهنگی بحث کردیم. در ادامه، به بررسـی ظهور شـکل جدیـدی از ارتباطات مرتبط با فرهنگ و فن آوری جامعه شبکه ای و مبتنی بر شبکه های افقی ارتباطی،

ص: ۲۱۵

جنبش های نوین اجتماعی و سیاسی و نحوه شکل گیری در فضای مجازی و تغییر آنها در طی زمان، مهم ترین دلایل کاربرد وسیع رسانه ها و فضای مجازی در این جنبشها و کنش های دیجیتالی جدید پرداختیم.

وضعیت محیط و فضای رسانه ای نوین برای جمهوری اسلامی ایران به دلیل نوع نظام رسانهای خاص آن و به دلایل فرهنگی، سیاسی و امنیتی، اهمیت فراوانی دارد و توجه خاصی می طلبد. تلویزیون و رادیو در انحصار سازمان صدا و سیماست و سیماست و اغلب روزنامهها، دولتی یا حداکثر، نیمه دولتی هستند. فضای مجازی و دیگر رسانه ها نیز تحت نظارت دولت است. بنابراین، فضا و محیط رسانه ای ایران، فضای خاصی است و نگاه خاصی می طلبد. در ادامه، با نظرداشت این وضعیت و بر اساس بررسی حاضر، پیشنهادهایی نیز به منظور ارتقای سیاست گذاری رسانه ای کشور به ویژه صدا و سیما در برخورد با محیط نوین رسانه ای ذکر شده است.

پیشنهادها

پیشنهادها

از آنجا که سازمان صدا و سیما، مهم ترین سازمان رسانهای کشور است و تولیدات رسانهای صدا و سیما از قابلیت اثرگذاری بر جامعه ایران و منطقه و تحولات بینالمللی برخوردار است، نخست، باید رویکرد این سازمان به عنوان یک سازمان رسانهای در قبال تحولات و فضای نوین رسانه ای مشخص گردد و در این زمینه، چشم انداز وسیع و افق و میدان دید بازتری در نظر گرفته شود؛ زیرا در صورت عدم شناخت کافی و دقیق محیط و فضای رسانهای جدید، مخاطبان خود را از دست می دهد و در ایفای رسالت خود در قبال بسیاری از تحولات نوین بازمی ماند.

ص: ۲۱۶

همواره مشاهده شده که با ظهور هر رسانه جدید، فضای جدیدی شکل می گیرد و گاه صاحبان رسانه های پیشین، ظهور آن رسانه را چونان تهدیـد می نگرنـد، ولی به تدریـج و با گـذشت زمان، نگاه و رویکرد آنها تعدیل میشود. تغییر نگاه و دیدگاه زمانی پدید می آید که رسانه در میان مخاطبان جا افتاده و خود را به جامعه تحمیل کرده و مخاطبان به چنین رسانههایی عادت کرده اند. اکنون ممکن است در برخورد با رسانه های نوین، صدا و سیما با چنین چالشـی روبه رو شود. بنابراین، نداشتن چشم انداز و عدم آمادگی قبلی در برخورد بـا این تحول رسانهای، صـدا و سـیما را که در مرکز نظام رسانه ای ایران قرار دارد، در حالت انفعال قرار می دهـد. ازایـن رو، داشـتن چشـم انـداز رسـانه ای و پـایش و رصـد تحولاـت و فضـای رسـانه ای، گـام نخست و اساسـی در این زمینه است. «بسـیاری از کشورهای جهان تحت تأثیر دیجیتالی شدن و اشکال اقتصادی و فنی همگرایی رسانهها، سیاست گذاری را در خصوص وضـعیت آتی رسانههای شان آغاز کردند و افقهای رسانهای جدیدی را هدف قرار دادند. در همه کشورها، سیاسـتهای سنتی دولت ها تحت تأثیر تحولات جدیـد و سـریع تکنولوژیک رسانه ها، با چالش مواجه شـده اند. این تحولات، ابهام های زیاد و عدم اطمینان عمیقی ایجاد کردهاند.»(۱) تا چندی پیش رویکرد به تلویزیون به عنوان یک رسانه جمعی بر این فرض اسـتوار بود که مخاطبان این رسانه، همگن هسـتند، ولی این فرض با همگرایی روزافزون رسانه ها و تحولاتی که در زمینه فن آوری های تعاملی بروز کرد، تغییر یافت. «پیدایش تلویزیون کابلی و ماهواره ای، همراه با استفاده

۱- WRR, Netherlands Scientific Council for Government Policy, Media Policy for the Digital Age, Amsterdam University Press, ۲۰۰۵, p ۹.

ص: ۲۱۷

از فن آوری های دیجیتال، در حال تغییر دادن ماهیت متن اجتماعی تلویزیون حاکمی است که بیش از پنجاه سال رواج داشته است. نوع جدید متن اجتماعی، فردی تر شده و مبتنی بر سبک های متنوع زندگی است».(۱)

به نظر می رسد موج تلویزیون تعاملی، به تدریج نقاط مختلف جهان را دربرمی گیرد و کارکردهای تلویزیون را بسیار گسترش می دهد. در نتیجه، «تلویزیون به یک مرکز شبیه سازی خانگی تبدیل می شود و مشتریان را قادر می سازد همه محصولات الکترونیک و وسایل منزل شان را با کنترل از راه دور، کنترل کنند. شاید تعاملی ترین شکل همه این تلویزیون ها، تلویزیون واقعیت مجازی باشد. این تلویزیون شامل مجموعه ای از وسایل است که کاربر را قادر می سازد در یک محیط شبیه سازی شده رایانه ای حرکت کند و واکنش نشان دهد و اشیای مجازی (اشیای موجود در رایانه یا فضای سایبر) را به گونه ای احساس و دستکاری کند که گویی اشیای واقعی هستند. این شیوه تعامل، احساس غوطه وری در دنیای شبیه سازی شده را برای شرکت کنندگان فراهم می آورد. دنیاهای مجازی به وسیله برنامه های رایانه ای خلق می شوند. اما شبیه سازی های واقعیت مجازی با دیگر شبیه سازی های رایانه ای تفاوت دارد؛ زیرا این شبیه سازی ها وسایل میانجی خاصی لازم دارند که تصاویر، صداها و احساسات دنیای شبیه سازی شده را به کاربر انتقال دهند.»(۲) «دیجیتالی شدن تلفن ها و پخش، امکان عرضه محصولات رسانه ای را به تلفن همراه فراهم کرده است. همگرایی فن آوری های اساسی تلفن،

۱- مارسل دانسی، نشانهشناسی رسانهها، ترجمه: گودرز میرزایی و بهزاد دوران، ص ۲۵۵.

۲- همان، ص ۲۵۹.

ص: ۲۱۸

رایانه، و تولیدات رسانه ای، فرصت های زیادی برای سازمان های رسانه ای پدید می آورد و محصولات رسانه ای موجود را به چالش می کشد. تولید و بسته بندی محتوا، نرم افزار و سخت افزار رایانه ای، و تلفن، سه صنعت مهم ارتباطات هستند که همگرایی در آنها رخ داده است. همگرایی تعیین کرده است که چه چیزی تبادل پیدا کند، چه کسی می تواند ارتباط برقرار سازد و ارتباط با چه سرعتی صورت گیرد. همچنین همگرایی در شیوه استفاده از محتوا، انعطاف ایجاد کرده و موجب شده نقش آفرینان گوناگونی در استفاده از محتوا مؤثر باشند.(۱)

«همگرایی، ماحصل اصلاح متقابل دست کم سه فن آوری مهم است: تلفن، تلویزیون و کامپیوتر که هر کدام پدیده های تکنیکی، اجتماعی، و اقتصادی پیچیده ای هستند و هر کدام مسیر خاص خود را برای دست یابی به بی واسطگی عرضه می کنند. تلفن، بی واسطگی صدا یا تبادل صداها را در زمان واقعی مطرح می کند. تلویزیون از طریق پخش زنده رویدادهای جهان چنین ادعایی را پیشنهاد می دهد و ادعای کامپیوتر به بی واسطگی نیز از طریق عرضه گرافیک های سه بعدی، کنش های از پیش برنامه ریزی شده و نوعی تأثیر متقابل که تلویزیون قادر به عرضه آنها نیست، صورت می گیرد. وقتی این سه فن آوری به همدیگر می رسند، هر کدام می کوشند تا آن دیگری را جذب کرده و مسیر دست یابی خود به بی واسطگی را مسلط کنند.»(۲) همگرایی برآمده از سه فن آوری یادشده، به

---

۱ - Robert G Picard,"Environmental and market changes driving strategic planning in media firms," Strategic responses to media market changes, ۲۰۰۴, p۵.

۲- ریچارد گروسین، و جی دیوید بولتر، منطق تحول رسانه ای، ترجمه: رحیم قاسمیان، صص ۲۶۷ و ۲۶۸.

ص: ۲۱۹

تدریـج نسـل جدیـدی از تلویزیـون را پدیـد آورده است. از این نسـل جدیـد تلویزیون هـا که اینـترنت را نیز پشتیبـانی می کننـد، به «تلویزیون های اینترنتی» تعبیر می شود؛ تلویزیون هایی که نه تنها می تواننـد به اینترنت متصل شونـد، بلکه قادرنـد با فن آوری هایی نظیر نمـایش سه بعـدی، به ابزاری برای اسـتفاده هم زمـان از تلویزیون و اینـترنت یـا حتی تماشـای تلویزیون از طریق اینترنت تبـدیل شونـد. منتهی شایـد این بار به جای نشسـتن پشت میز، بتوان هم زمان با لم دادن بر مبل های راحتی، صـفحات وب را مرور کرد و با تماشای یک برنامه مورد علاقه تلویزیونی، به بحث درباره آن در شـبکه های اجتماعی با دوسـتان نیز پرداخت. تلویزیون هایی که به تلویزیون های هوشمند یا تلویزیون های اجتماعی مشهور شده اند، فقط یک فن آوری جدید به شمار نمی روند، بلکه با تغییر عادت هـای کاربران و بیننـدگان و ایجاد محیطی تازه از سرگرمی و کار، دگرگونی در سـبک زنـدگی مـدرن را نیز به همراه می آورنـد. سازمـان هـا یـا شـرکت هـای تلویزیونی نیز به منظور حفـظ برآورده ساختن خواسـته های مخاطبان و از سوی دیگر، از دست نـدادن آگهی دهندگان، شیوه های تولید و عرضه برنامه های خود را به روز کرده اند.

«پخش تلویزیونی به طور روزافزونی به شـکل دیجیتال صورت می گیرد. بنابراین، انتقال ویدیو به شکل دیجیتال از طریق اینترنت در سطح گسترده، جذاب است. در عین حال، فن آوری نمایش گیرنده تلویزیونی و رایانه های شخصی، شبیه یکدیگرند و دستگاههای تلویزیـونی به طـور روزافزونی از قـدرت پردازش فن آوری رایـانه بهره میگیرنـد. ازاین رو، فن آوریهـای دسـتگاه تلویزیون و رایـانه شخصی همگرا شده اند. هدف از بیان همه این تفاصیل این است که سازمان صدا و سیما

ص: ۲۲۰

بایـد سـرعت و آهنـگ خـط مشـی هـای رسـانه ای خود را متنـاسب بـا تحولاـت فن آوری اطلاعات و ارتباطات قرار دهـد. محتوای تولیدی صدا و سیما باید در فضای همگرایی کنونی، قابلیت عرضه را در قالب های گوناگون و بر روی پلتفرم های گوناگون داشته باشد. ضرورت نقش آفرینی رسانه ای در فضای بین المللی کنونی این است که نخست، از نظر فنی، امکان برقراری ارتباط اثربخش با مخاطبان در فضای بین المللی فراهم شود.

گـام بعـدی، برنـامهریزی و کـار جـدی در زمینه آگـاهی بخشـی و فعـال شـدن مجموعهـای از سازمـان هـا و گروه ها برای آموزش شهرونـدان و ارتقای سواد رسانهای و نهادینه کردن فرهنگ اسـتفاده از آن در کشور است. اسـتفاده مطلوب از این امکانات، داشـتن سـواد رسـانه ای اسـت کـه تضـمین کننـده اسـتفاده مطلـوب برای منـافع فردی، جمعی، ملی و حـتی منطقـه ای و جهـانی اسـت. اگر برنامهریزی و راهبرد بلندمـدت برای آموزش سواد رسانهای نداشـته باشـیم، رسانههای نوظهور، همواره تهدید تلقی خواهند شد و از فرصت هـایی که فضـای رسانه ای نوین کنونی برای نقش آفرینی فرهنگی، سیاسـی و اجتماعی جـدی ایرانیان فراهم می کننـد، بهره برداری نخواهـد شـد. در چنین وضـعی، صـدا و سـیما، فضـای مجـازی و از جمله شـبکه هـای اجتماعی را رقبا یا دشـمنان خود نمی پندارد، بلکه می توان با گسترش سواد رسانه ای کاربران و مخاطبان رسانه ها، از آسیب ها و تهدیدهای آنها کاست.

در حقیقت، هـدف اصـلی سواد رسـانه ای این است که مخاطبان به توانایی بیشتری در تفسـیر، تعبیر، تحلیل و نقـد پیامهای رسانهای دست یابند. سواد رسانهای به افراد توانایی می بخشد تا در کنار اینکه متفکرانی

ص: ۲۲۱

منتقد باشند، خود نیز به مولّدان خلّاق پیامها تبدیل شوند. فن آوریهای ارتباطی، جوامع مختلف را متحول ساخته، بر فهم و ادراک ما از خودمان، جوامعمان و تنوع فرهنگی ما اثر میگذارد. بی گمان بهرهمندی از سواد رسانه ای، مهارتی حیاتی برای قرن بیست و یکم به شمار میآید. سواد رسانهای در مفهوم وسیع خود، شامل توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و پردازش فعال اطلاعات در شکل های گوناگون پیامهای نوشتاری، دیداری و شنیداری است. به عبارتی، سواد رسانهای پاسخی ضروری، اجتناب ناپذیر و واقع نگرانه به محیط رسانه ای پیچیده و همواره در حال تغییر و تحول اطراف ماست. نکته اساسی این است که با وجود اینکه سواد رسانهای، پرسش های انتقادی را در خصوص اثرگذاری رسانهها مطرح میکند، ولی باید گفت سواد رسانهای وارد چالش و مخالفت با رسانهها و تولیدات رسانه ای نمی شود، بلکه هدف اصلی آن، کمک به همه افراد، به ویژه کودکان و نوجوانان است که چون در برابر محیط آلوده رسانهای عصر حاضر بسیار آسیبپذیرند، از طریق مهارتهای سواد رسانهای بیاموزند که در خصوص انواع رسانهها نقاد، دقیق و تحلیلگر باشند. در این زمینه، در کنار اینکه صدا و سیما باید برای آموزش های لازم درباره سواد رسانهای از شبکههای مختلف برنامه ریزی کند، باید با اجرای برنامه ملی سواد رسانه ای، دروس و واحدهای سواد رسانه ای در مدارس و دانشگاه ها در دوره های مختلف تحصیلی گنجانده شود و فرهنگ سراها و مراکز فرهنگی دیگر، آموزش سواد رسانه ای را به شهروندان در برنامه های خود بگنجانند.

نظام حکومتی و حقوقی تأثیر فراوانی در نهادینه شدن استفاده مطلوب از رسانه های نوین و تأثیر آن در تحولات جهانی و داخلی دارد

ص: ۲۲۲

و نقش آن، حصول اطمینان از رقابت منصفانه، سالم و امن برای حاکمیت و کاربران در دسترسی به منافع ملی و فراملی است؛ به گونه ای که هم مصرف کننده و هم حاکمیت از این مسئله سود ببرند. فن آوری جدید، تبعات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی خاص خود را دارد و نظام حقوقی را به چالش می کشاند. از سوی دیگر، همگرایی و تحول رسانه ای در فضای مجازی، جهانی است و بایـد نظام حقوقی و قانونی برای عملکرد بهتر با نظام های بین المللی سازگار شود. هیـچ رسانه جدیدی، تابع قوانین و مقررات قدیم نیست، ولی به مجرد اینکه به عنوان یک رسانه جدید در جامعه پذیرفته شد، بحث درباره قوانین جدید و خاص آغاز شود. هر قانون جدیـد، نه تنها بایـد ویژگی ها، مشـخصات، طبیعت و منطق آن رسانه جدیـد و نظام عرفی و ملی را در نظر بگیرد بلکه باید به توافق نـامه هـا و پیمـان هـای بین المللی توجه ویژه کنـد. هر چنـد تصویب قوانین و سـیاست گـذاری در حوزه رسـانه هـای نوین، به دلیل تحولات سـریع فن آوری، مشـکلات خاصـی پیش روی قانون گـذاران ملی قرار میدهـد، ولی قانون بـد از نداشـتن قانون بهتر است. ضمن اینکه قـانون گـذاری و تنگناهـای موجـود در عرصه رسـانه هـای نـوین در محـدوده جهـانی آغـاز شـده و به نظـامی منطقی و امیـدوارانه نزدیـک می شود. جمهوری اسـلامی ایران بایـد در این زمینه در بعـد بینالمللی مشارکت فعالانه داشـته باشـد. در صورت تحقق چنین مراحلی، تولیـد، توزیع، مدیریت محتوا و مشارکت فعالانه در سـطوح مختلف در فضا و محیط رسانهای نوین که بُرد بین المللی نیز دارد، برای جمهوری اسـلامی ایران در تحولات بینالمللی به دست می آید و میتواند نقش مؤثری داشته باشد. در حقیقت، مهم نیست پیشرفت فن آوری چقدر بزرگ است، اگر

ص: ۲۲۳

مصرف کنندگان آن را نپذیرند و استفاده بهینه از فن آوری جدید را ندانند و حکومت ها، در فن آوری جدید سرمایه گذاری نکنند، در نهایت هدف از رسانه و فن آوری جدید و استفاده آن، تأمین نخواهد شد و همواره رسانه جدید و فضای حاصل از آن، تهدید پنداشته می شود.

در حال حاضر، بلوکهای رسانهای مختلف در جهان وجود دارد و این بلوک رسانهای به گونه ای دیگر در فضای مجازی نیز شکل گرفته است. صدا و سیما به عنوان رسانه ملی و جمهوری اسلامی ایران، به طور کلی اگر درصدد نقش آفرینی بیشتر در عرصه تحولات بینالمللی است، به ایجاد بلوک رسانه ای در فضا و محیط رسانهای جدید نیاز دارد. بر این اساس، لازم است از هر نوع ارتباطات (ارتباط جمعی و ارتباط فضای مجازی و جدید) در برقراری رابطه میان قدرت و پاد قدرت در سیاست رسمی و غیررسمی در روابط بین فرهنگی و بین الملل و در جهت دست یابی به اهداف جمهوری اسلامی ایران در مسائل جهانی و منطقهای استفاده کند.

(توجه زیاد به توسعه کمّی شبکههای تلویزیونی ماهوارهای برای خنثی کردن تأثیر شبکه های فارسی زبان خارجی، به کیفیت برنامهها و محتوا لطمه جدی خواهد زد و ریزش مخاطب را به همراه خواهد داشت. از سوی دیگر، موجب غفلت از حضور در فضای مجازی و رسانه های نوین برای نقش آفرینی در تحولات بینالمللی خواهد شد. توسعه کمّی بدون توسعه کیفی شبکه های ماهوارهای تلویزیون، سبب افزایش تماشای شبکههای ماهواره ای خارجی از سوی مخاطبان و روی آوری مخاطبان به فضای مجازی میشود. در این صورت، اگر به حضور و فعالیت در فضای مجازی و رسانههای نوین توجه چندانی نشود،

ص: ۲۲۴

مخاطبان رها می شونـد و هـدف رسانه تأمین نخواهد شد. بنابراین، حضور و فعالیت هم زمان در فضای مجازی و رسانه های نوین و توسـعه کمّی و کیفی شـبکه های برون مرزی ماهواره ای باید در اولویت بلوک بندی رسانه ای در راه دست یابی به اهداف داخلی، منطقهای و جهانی جمهوری اسلامی ایران قرار گیرد.

(در عرصه تحولات بینالمللی، با یک کشور، ملت، زبان و حوزه جغرافیایی و زمینه های اجتماعی و سیاسـی مشترک روبه رو نیستیم و از سوی دیگر، رقبـای گوناگونی وجود دارنـد که درصـدد دست یابی به مخاطبان هـدف هسـتند. بنابراین، در بلوک رسانه ای در کنـار فراهم کردن زیرسـاخت هـا، بایـد ویژگی هـای بلوک رسانه ای جهانی و بایـدها و نبایـدها و نقاط مشترک و متعارض آنها را مشـخص کرد. بلوک رسانه ای ایران در ارتباطات جمعی می تواند شامل شـبکه های داخلی و برون مرزی صدا و سـیمای جمهوری اسلامی ایران، شبکه های منتسب به جمهوری اسلامی ایران و شبکه های همسو با جمهوری اسلامی ایران باشد.

(در ارتباطات فضای مجازی، اولاً متولیان رسانهای جمهوری اسـلامی ایران، بایـد وبلاگ ها، سایت ها و گروه های فعال در شـبکه های اجتماعی و ویکی پدیا را که متناسب با اهداف جمهوری اسـلامی ایران هسـتند، شناسایی کنند. سپس، گروه هایی برای فعالیت پیوسـته در همه زمینههـا، آموزش هـای لازم را ببیننـد شـهروندان فعال در فضاهای فرهنگی فضای مجازی شونـد تا همراه با فعالیت، بتوانند مخاطبان را در این فضاها هدایت کنند.

(امروزه نقش موتورهای جست وجو و نیز شبکه های اجتماعی در افکار عمومی جهانی مهم و قابل توجه است. بسیاری از کشورها، در

ص: ۲۲۵

کنار بهره منـدی از موتورهای جست وجو و شـبکه های اجتماعی جهانی، سـیاست گـذاری قابل توجهی برای راه اندازی موتورهای جست وجو و شبکه های اجتماعی بومی انجام داده اند. بر این اساس، باید زیرساخت های فن آوری و محتوایی موتور جست وجو و شبکه های اجتماعی مختلف بومی فراهم گردد. در این راستا، تجربه و الگوی برخی کشورها سودمند خواهد بود.

(هر چند جمهوری اسـلامی ایران در زمینه ساخت ماهواره توفیقاتی زیادی به دست آورده، باید تلاش و سرمایه گذاری بیشتری در زمینه سـاخت و پرتـاب مـاهواره صورت بگیرد تـا توانمنـدی لاـزم برای پرتاب ماهواره های رادیو تلویزیونی به فضا با قـدرت ارسال تصویر به دست آیـد و در موقعیت مـداری جمهوری اسـلامی ایران قرار بگیرد. این امر نیازمنـد حمـایت دسـتگاهی فرانهـادی و ملی است. بـدون داشـتن مـاهواره مسـتقل رادیو تلویزیون و فن آوری پرتـاب آن، عملاًـ نقش صـدا و سـیما و بلوک رسانه ای جمهوری اسـلامی در تحولاـت بینالمللی و منطقه ای ابتر خواهـد بود. ازاین رو، در رقابت جـديِ پدیـد آمـده در فضای شـبکه های تلویزیونی مـاهواره ای، به ویژه در منطقه خاورمیـانه و بـا ظهور شـبکه های تلویزیونیماننـد الجزیره، العربیه و الحره، از سـرعت اثرگـذاری این بلوک رسانه ای بر افکار عمومی کاسته خواهد شد.

(گـاه فعـالیت نهادهـای مربوط به فضـای مجـازی که نقش مهمی در تحولاـت بینـالمللی دارنـد، مثـل وزارت امور خـارجه، سازمان فرهنـگ و ارتباطـات اسـلامی و صـدا و سـیمای جمهوری اسـلامی ایران، موازی کـاری است و گـاهی در مسـیرهای جـداگانه انجام میشود که فعالیت در عرصه بینالمللی را با چالش مواجه میکند. ازاین رو، لازم است یک گروه

ص: ۲۲۶

راهبردی «رسانه و روابط بین الملل» متشکل از اساتید علوم سیاسی، علوم ارتباطات، مسئولان صدا و سیما، وزارت امور خارجه، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نهادهای متولی فضای مجازی و دستگاههای امنیتی با محوریت وزارت امور خارجه تشکیل شود و محور فعالیت بلوک رسانه ای ایران را برای همگرایی و همسویی با سیاست خارجی جمهوری اسلامی در مسائل جهانی و منطقه ای، و میزان هم پوشانی یا تمایز گفتمان رسانه ای جمهوری اسلامی ایران را با دیگر گفتمان های رسانه ای مشخص کند.

در نهایت میتوان گفت در فضا و محیط رسانهای جدید، عملاً اطلاعات به منبع قدرت و نفوذ در عرصه ملی و جهانی تبدیل شده است. ازاین رو، کشوری در تحولات بینالمللی نقش مهم و اثرگذاری خواهد داشت که نظام رسانهای خود را با تحول اطلاعات و رشد فن آوری های اطلاعاتی سازگار کند و درک درستی از فضاهای جدید خلق شده به وسیله رسانههای نوین داشته باشد و از ظرفیت های حاصل، بهره برداری بهینه کند و با چالش های آن مناسب و منطقی برخورد نماید. اکنون، قدرت بین المللی به شکل روزافزون بر حسب دسترسی به زیرساخت های ارتباطات جهانی و قدرت فن آوری و اطلاعاتی کشورها ارزیابی می شود. در حقیقت، موفقیت در نظام رسانهای نوین، به معنای موفقیت در تحولات بینالمللی است.

ص: ۲۲۷

فهرست منابع

اشاره

الف) فارسی

الف) فارسی

ایزدی، فؤاد، سخنرانی در نشست علمی، «غرب علیه غرب»، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، ۱۳۹۰.

باری اکسفورد و ریچارد هاگینز، رسانه های جدید و سیاست، ترجمه: بابک دربیگی، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، ۱۳۸۷.

بل، دیوید، درآمدی بر فرهنگ های سایبر، ترجمه: مسعود کوثری و حسین حسنی، جامعه شناسان، ۱۳۸۹.

پایا، علی، فن آوری، فرهنگ و اخلاق، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۷.

تیلی، چارلز، از بسیج تا انقلاب، ترجمه: علی مرشدی زاد، تهران: پژوهشکده انقلاب اسلامی، ۱۳۸۵.

دانسی، مارسل، نشانهشناسی رسانهها، ترجمه: گودرز میرزایی و بهزاد دوران، آنیسهنما و نشر چاپار، ۱۳۸۸.

روشه، گی، تغییر اجتماعی، ترجمه وثوقی، تهران: نی، ۱۳۶۸.

زارعیان، داوود، نقش موتورهای جست وجوی اینترنتی در مدیریت افکار عمومی جهان، تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات، ۱۳۸۷.

ص: ۲۲۸

ساسمن، جرالد و لنت، جان. ای، ارتباطات فراملی و جهان سوم. ترجمه: طاهره ژیان احمدی. دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها، ۱۳۸۷.

ساعی، منصور، «بازنمایی ابعاد سیاسی و تاریخی هویت ملی در تلویزیون جمهوری اسلامی ایران؛ تحلیل محتوای سریال های تاریخ درجه الف در سه دهه بعد از انقلاب اسلامی ایران»، دو فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش سیاست نظری، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی، شماره ۷، زمستان ۱۳۸۹.

سمتی، مهدی، مرزهای نو در ارتباطات بین الملل، ترجمه: حسن بشیر و همکاران، دانشگاه امام صادق علیه السلام ، ۱۳۸۸.

عاملی، سعیدرضا، استعمار مجازی؛ قدرت نرم و امپراتوری های مجازی، امیرکبیر، ۱۳۸۹.

، مطالعات انتقادی استعمار مجازی امریکا: قدرت نرم و امپراتوری های مجازی، امیرکبیر، ۱۳۸۹.

فرهنگی، علیاکبر، علی رضا قراگوزلو و سیاوش صلواتیان، «توجه؛ حکمرانی جدید در اقتصاد رسانه»، فصلنامه پژوهش های ارتباطی، شماره ۶۳، ۱۳۸۹.

کاستلز، مانوئل، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (جلد ۲)، ترجمه: حسن چاووشیان، طرح نو، ۱۳۸۰.

کرین، دایان، نوبو کاواشیما و کنجی کاوازاکی، فرهنگ جهانی؛ رسانه، هنر، سیاستگذاری و جهانی شدن، ترجمه: نعمت الله فاضلی و مرتضی قلیچ، دانشگاه امام صادق علیه السلام ، ۱۳۸۸.

گروسین، ریچارد و بولتر، جی دیوید، منطق تحول رسانه ای. ترجمه: رحیم قاسمیان، دانشکده صدا و سیما و نشر مهر نیوشا، ۱۳۸۸.

گیدنز، آنتونی، جامعه شناسی، ترجمه: صبوری کاشانی، تهران: نی، ۱۳۷۴.

محکی، علی اصغر، «فن آوری های نوین ارتباطی و امنیت اخلاقی مطالعات

ص: ۲۲۹

امنیت ملی»، فصلنامه علمی کاربردی معاونت اجتماعی ناجا، پیش شماره ۲، ۱۳۸۲.

مشیرزاده، حمیرا، درآمدی نظری بر جنبش های اجتماعی، پژوهشکده انقلاب اسلامی، ۱۳۸۱.

مولانا، حمید، ارتباطات جهانی در حال گذار؛ پایان چندگونگی؟، سروش، ۱۳۸۴.

، جریان بین المللی اطلاعات؛ گزارش و تحلیل جهانی، ترجمه: یونس شکرخواه، دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها، ۱۳۸۷.

مهدی زاده، سید محمد، نظریه های رسانه؛ اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی، همشهری، ۱۳۸۹.

میرعابدینی، احمد، پژوهشنامه رسانههای دیداری و شنیداری، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۷.

میلسن، ژان و همکاران، دیپلماسی عمومی نوین؛ کاربرد قدرت نرم در روابط بین الملل، ترجمه: رضا کلهر و سید محسن روحانی، دانشگاه امام صادق علیه السلام ، ۱۳۸۹.

نای، جوزف، قدرت نرم. ترجمه: محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، دانشگاه امام صادق علیه السلام ، ۱۳۸۷.

همشهری آنلاین، فیلترینگ علیه جنبش وال استریت، بازیابی شده در تاریخ ۲۱ آبان ۱۳۹۰ از:

ب) لاتین

ب) لاتین

Monroe E Price, Media and sovereignty: The global information revolution and its. challenge to state power, MIT Press, ۲۰۰۴.

Aaron, L., Robinson, J., Smothers, S. ۲۰۰۲. Convergence, Defined. Presstime, ۲۴, ۱۸.

AFP. ۲۰۱۱. ‘Egypt braces for nationwide protests’; Agence France-

ص: ۲۳۰

:Presse, Retrieved Aug. ۲۵, ۲۰۱۱, from

.Allport, G. W.. ۱۹۵۴. The Nature of Prejudice. Reading, MA: Addison-Wesley

Anderson, Paul. ۲۰۰۷. All That Glisters Is Not Gold—Web ۲.۰ And The Librarian, Journal of .Librarianship and Information Science, ۳۹(۴

Ansfield, Jonathan, and LaFraniere, Sharon. ۲۰۱۰. China under stress: The Xinjiang .question, ۲۰۱۰, New York Times, March, ۴, A۷

Arquilla, John, and Ronfeldt, David. ۲۰۰۲. Networks and netwars: The future of terror, .crime, and militancy, Rand Corporation

Baehr, Karl. ۲۰۰۰) Summary: Convergence Media Research Group, unpublished .manuscript

Baehr, Karl. ۲۰۰۰. the New Media: The Internet's Effect on the Mass Communication .Industry, University of New Mexico

Baldi, Stefano et al. ۲۰۰۳. Online learning for professionals in full time work: a guide to .what works and what does not, Diplo Foundation

Balzacq, Thierry. ۲۰۰۸. "The Policy Tools of Securitization: Information Exchange, EU .Foreign and Interior Policies," JCMS: Journal of Common Market Studies, ۴۶(۱), ۷۵-۱۰۰

Bar, Francois, and Sandvig, Christain. ۲۰۰۸. US Communication Policy after Convergance, .Media Culture Society, ۳۰(۴), ۵۳۱

Bardoel, Johannes, and dHaenens, Leen. ۲۰۰۸. Public Service Broadcasting in Converging Media Modalities Practices and Reflections from the Netherlands. Convergence: The .International Journal of Research into New Media Technologies, ۱۴(۳), ۳۵۱-۳۶۰

Barnes, S. B.. ۲۰۰۳) Computer-Mediated Communication: Human-to-Human .Communication across the Internet, Pearson education, Inc

.Becker, T. and C. Slaton. ۲۰۰۰. the Future of Teledemocracy. Westport, CT: Praeger

Bennett, Winston. ۲۰۰۳. Communicating global activism, Information, Communication .Society, ۶(۲), ۱۴۳-۱۶۸

Bentivegna, Sara. ۲۰۰۶. "Rethinking politics in the world of ICTs," European Journal of .Communication, ۲۱ (۳), ۳۳۱-۳۴۳

ص: ۲۳۱

Bimber, Bruce, Flanagin, Andrew J., and Stohl, Cynthia. ۲۰۰۵. "Reconceptualizing collective action in the contemporary media environment," Communication Theory, ۱۵(۴), ۳۶۵-۳۸۸.

Bimber, Bruce. ۱۹۹۸. "The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Puralism," Polity, ۳۱, ۱۳۳-۱۶۰.

Bimber, Bruce. ۲۰۰۱. "Information and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level," Political Research Quarterly, ۵۴(۱), ۵۳-۶۷.

Bloom, H.. ۲۰۰۰. Global Brain: The Evolution of Mass Mind from the Big Bang to the ۲۱st Century, John Wiley Sons, Inc.,New York.

Blumer, Herbert. ۱۹۶۹. The study of Social movements, London.

Blumler, Jay G, and Gurevitch, Michael. ۲۰۰۱. "The new media and our political communication discontents: Democratizing cyberspace," Information, Communication Society, ۴(۱), ۱-۱۳.

Boyd, D. and N. Ellison. ۲۰۰۸. Social Network sites: Definition, History, and Scholarship, Journal of Computer Mediated Communication, ۱۳(۱): ۲۱۰-۲۳۰.

Breton, Margot. ۱۹۹۴. "Relating Competence- Promotion and Empowerment," Journal of Progressive Human Services, ۵(۱), ۳۱.

Briggs, Asa and Burke, Peter. ۲۰۰۲. A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet, Oxford and Cambridge: Blackwell.

Brown, Rupert, and Hewstone, Miles. ۲۰۰۵. "An integrative theory of intergroup contact," Advances in experimental social psychology, ۳۷(۳۷), ۲۵۵-۳۴۳.

Bruns, A.. ۲۰۰۶. Wikinews: The Next Ggeneration of Alternative online News? Scan Journal, ۳(۱.

Buonanno, Milly. ۲۰۰۸. The Age of Television: Experiences and Theories, Intellect Books.

Burnashev, Rustam, and Chernykh, Irina. ۲۰۰۷. "Changes in Uzbekistan's military policy after the Andijan events," The China and Eurasia Forum Quarterly, ۵(۱), ۶۷-۷۳.

Cachia Romina, Ramón Compañó Olivier Da Costa, Grasping the potential of online social networks for foresight, Technological Forecasting and Social Change, ۲۰۰۷, ۷۴(۸), pp. ۱۱۷۹-۱۲۰۳.

ص: ۲۳۲

Cachia, Romina, Compañó, Ramón and Da Costa, Olivier. ۲۰۰۷. Grasping the potential of online social networks for foresight, Technological Forecasting and Social Change, ۷۴(۸), ۱۱۷۹-۱۲۰۳.

Campbell, Patricia. J, MacKinnon, Aran Stevens, Christy R. ۲۰۱۰. An Introduction to Global Studies, Wley-Blackwell.

Carlos Alberto Scolari, Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactive, Gedisa, ۲۰۰۸.

Carreton, Antonio. ۱۹۹۴. Social movements in the third world, London macmillan.

Castells, Manuel. ۱۹۹۶. Toward Sociology of the Network Society, UK: Oxford.

Castells, Manuel. ۱۹۹۹. Information Technology, Globalization and social Development; UNISD/DP, ۱۱۴/۹۹/۱۳

Castells, Manuel. ۲۰۰۴. Informationalism, Networks, and the Network Society: A Theoretical Blueprint, Text published in the network society: a cross-cultural perspective, Northampton: Edward Elgar.

Castells, Manuel. ۲۰۰۹. Communication Power. UK: Oxford University.

Castells. Manuel. ۲۰۰۷. Power and Counter-power in the Network Society, International Journal of Communication, ۱ (۱), ۲۳۸–۶۶.

Chadwick, Andrew. ۲۰۰۶. Internet politics: States, citizens, and new communication technologies, Oxford University Press.

Cluett, Jonathan. ۲۰۱۰. Tendon Definition. About.com Healths Disease and Condition. Retrieved Sep. ۲۴, ۲۰۱۱, from:

Cutler Co.,. ۱۹۹۷. the National Telecommunications Council Convergence Project, ۱ – ۵. Kuala Lumpur: Cutler Co.

Deibert, Ronald J. ۲۰۰۰. "International plugn play? Citizen activism, the Internet, and global

.public policy," International Studies Perspectives, ۱(۳), ۲۵۵-۲۷۲

Della Porta, Donatella, and Diani, Mario. ۲۰۰۹. Social movements: An introduction, John .Wiley Sons, ۱۳- ۱۶

Dennis, E. E. ۲۰۰۳. Prospects for a big idea…is there a future for .convergence?. International Journal on Media Management, ۵(۱), ۷-۱۱

.Dewdney, Andrew and Ride, Peter. ۲۰۰۶. The New Media Handbook, Routledge

ص: ۲۳۳

Dines, G., Humez, J. M. ۲۰۰۲. Gender, Race, and Class in Media: A Text-Reader. Thousand .Oaks, CA: Sage

Dizard, Wilson P. ۲۰۰۱. Digital diplomacy: US foreign policy in the information age, New .York: Praeger

Dobnik, Verena. ۲۰۱۱. Wall Street Protesters: Were in for the Long Haul .Bloomberg :Businessweek. Retrieved from

Downey, John, and Natalie Fenton. ۲۰۰۳. "New media, counter publicity and the public .sphere," New Media Society, ۵(۲), ۱۸۵-۲۰۲

Eisenstein, E, L. ۱۹۷۹. The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early-Modern Europe, Cambridge: Cambridge University .Press

Ellison, N. B., Boyd, D. m.. ۲۰۰۷. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. .Journal of Computer-Mediated Communication, ۱۳, ۲۱۰-۲۳۰

Encyclopaedia Brittanica on-line, Definition of ‘Diplomatic Missions [online], ۲۰۱۲ Available :from

.

Entman, Robert M. ۲۰۰۸. "Theorizing mediated public diplomacy: The US case," The .International Journal of Press/Politics, ۱۳(۲), ۸۷-۱۰۲

Etzioni, Amitai, and Etzioni, Oren. ۱۹۹۹. "Face-to-face and computer-mediated .communities, a comparative analysis," The information society, ۱۵(۴), ۲۴۱-۲۴۸

Farrell, Henry,. ۲۰۱۲. "The consequences of the internet for politics," Annual Review of .Political Science, ۱, ۳۵-۵۲

Finnemann, Niels Ole. ۲۰۰۵. Internettet I Mediehistorisk Perspektiv, Copenhagen, .Samfundslitteratur

,Flew, Terry. ۲۰۰۸. New media: An introduction (۳rd ed,), Oxford University Press

Folkerts, Jean, Lacy, Stephen, and Davenport, Lucinda. ۲۰۰۴. The media in your life: An introduction to mass communication, Boston: Allyn and Bacon.

Fong, Ben. ۲۰۱۰. Didnt you get the memo?: Changing Discourses of Diplomacy in the Age of Information, International Affairs Review, ۱۸ (۳)

Froomkin, A. M.. ۲۰۰۴. Technologies for Democracy. In P. Shane (ed.), Democracy Online: The Prospects for Political

ص: ۲۳۴

.Renewal through the Internet (pp. ۳–۲۰. New York, NY: Routledge

Gans, H.. ۲۰۱۱. Multiperspectival News Revisited: Journalism and Representative .Democracy. Jour-nalism, ۱۲(۱), ۳–۱۳

Garrett, Kelly. ۲۰۰۶. "Protest in an information society: A review of literature on social .movements and new ICTs," Information, communication society, ۹(۰۲), ۲۱۱

Garrison, Bruce. ۲۰۰۰. Convergence to the Web is no longer just the future." College Media .Review, ۳۸(۳), ۲۸-۳۰

Gilboa, Eytan (۲۰۰) Global communication and foreign policy, Journal of .Communication, ۵۲(۴), ۷۳۱-۷۴۸

.Gitelman, Lisa and Pingree, Geoffrey B. ۲۰۰۳. New Media, ۱۷۴۰-۱۹۱۵, MIT Press

Gitelman, Lisa. ۲۰۰۶. Always already new: Media, history and the data of culture, The MIT .Press

Gloor, Peter A. ۲۰۰۶. “Swarm Creativity, Competitive advantage through collaborative .innovation networks”, Oxford University Press

Gordon Brown speech at the World Economic Forum in Davos, cited by Jackie Ashley in .The Guardian, ۲۹ Jan ۲۰۰۷

Gordon Willard alport: becoming: basic considerations for a psychology of personality, ,yale university press, ۱۹۹۵

Gottemoeller, Rose. ۲۰۱۲. From Telegraph to Twitter: Arms Control Diplomacy in the .Information Age, Mission of the United States in Geneva Switzerland

Grant, August E, and Wilkinson, Jeffrey. ۲۰۰۸. Understanding media convergence: the .state of the field, Oxford University Press, USA

Grant, Richard. ۲۰۰۵. The democratisation of diplomacy: negotiating with the Internet, .Netherlands Institute of International Relations Clingendael

.Grech, Olesya M. ۲۰۰۶. "VIRTUAL DIPLOMACY," Universal-Publishers

Gunzareth, David. ۲۰۰۰. Audience measurement in the face of change, International Journal on Media Management, ۵, ۷-۱۱.

Harwood, Jake. ۲۰۱۰. "The contact space: A novel framework for intergroup contact research," Journal of Language and Social Psychology, ۲۹(۲), ۱۴۷-۱۷۷.

Heidemann, J. ۲۰۱۰. Online Social Networks–A Social technical Look, Retrived from www. Googlescholar.com

ص: ۲۳۵

.Heywood, Andrew. ۱۹۹۸. "Political Ideologies: An Introduction," Palgrave

.Heywood, Andrew. ۲۰۰۰. Key concept of politics, newyork, Palgrave

Hoffman, John. ۲۰۰۳. Reconstructing diplomacy, The British Journal of Politics .International Relations, ۵(۴), ۵۲۵-۵۴۲

.

.Hughes, R. ۲۰۰۷. Bits, Bytes and Bullets. The World Today, Chatham House: London

IBM institute for Business Value. ۲۰۰۶. The End of TV as We Know It; a Future Industry .Perspective

J. D. straubhaar, R.larose, media, now: understandings media: understanding media, .culture,and technology, cengage learning. ۲۰۰۰

Jenkins, Henry. ۲۰۰۴. Fans, Gamers, and Bloggers: Media Consumers in a Digital Age. New .York: New York University Press

.Jenkins, Henry. ۲۰۰۸. Convergance Culture, Newyok University Press

John Hoffman, Reconstructing diplomacy, The British Journal of Politics International .Relations, ۲۰۰۳, ۵(۴), pp. ۵۲۵-۵۴۲

Johnson, T. J., Kaye, B. K. Using is Believing: The Influence of Reliance on the Credibility of Online Political Information Among Politically Interested Internet Users. Journalism Mass .Communication Quarterly, ۷۷(۴) ۸۶۵- ۸۷۹, ۲۰۰۰

Klandermans, Bert. ۱۹۸۴. "Mobilization and participation: Social-psychological expansisons .of resource mobilization theory," American sociological review, ۵۸۳-۶۰۰

Kurbalija, Jovan, and Baldi, Stefano. ۲۰۰۰. The internet guide for diplomats, ,DiploPublishing, Mediterranean Academy of Diplomatic Studies

La Franiere, Sharon Ansfield, Jonathan. ۲۰۱۰. Cyberspying Fears Help Fuel China’s Drive to

.Curb Internet, New York Times, February ۱۲, ۲۰۱۰

Laclau, Ernesto and Mouffe Chantal. ۲۰۰۱. Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics, Verso.

Lahlali, El Mustapha. ۲۰۱۱. Contemporary Arab Broaddcast Media, Edinburgh University Press.

ص: ۲۳۶

Leonard, Peter. ۲۰۱۲. 'Making Converged Regulation Possible', Communications Law .(Bulletin, ۳۱(۲

Lessig, Lawrence. ۱۹۹۹. Code and Other Laws of Cyberspace. New York: Basic Books

.Lister, Martin, ed. ۲۰۰۳. New media: A critical introduction, Taylor Francis

Loo, Theresa, and Davies, Gary. ۲۰۰۶. "Branding China: The ultimate challenge in .reputation management?." Corporate Reputation Review, ۹(۳), ۱۹۸-۲۱۰

Lupia, Arthur, and Sin, Gisela. ۲۰۰۳. "Which public goods are endangered?: How evolving communication technologies affect the logic of collective action," Public Choice, ۱۱۷(۳-۴), .۳۱۵-۳۳۱

.Manovich, Lev. ۲۰۰۱.The language of new media, MIT press

.Martin dia, virtuol diplomacy, diplomacy of the digital age, newyork: weiley, ۲۰۰۶

.Martin, Todd. ۲۰۰۱. "Virtual Diplomacy," A Student Journal of International Affairs

McAdams, Dan P. ۱۹۹۶. "Personality, modernity, and the storied self: A contemporary .framework for studying persons," Psychological inquiry, ۱۹۹۶ ۷(۴), ۲۹۵-۳۲۱

McKee, Heidi A. ۲۰۰۸. Ethical and legal issues for writing researchers in an age of media .convergence, Computers and Composition, ۲۵ (۱), ۱۰۴-۱۲۲

.McLuhan, Marshall. ۱۹۶۲. the Gutenberg Galaxy, Toronto: University of Toronto Press

McLuhan, Marshall. ۱۹۶۴. Understanding Media: The Extensions of Man, New

Meikle, Graham, and Sherman, Young. ۲۰۱۲. Media convergence: Networked digital media .in everyday life, Palgrave Macmillan

Melissen, Jan. ۲۰۰۵. "The new public diplomacy," Soft Power in International Relations, .New York: Palgrave Macmillan

Meyrowitz, Joshua. ۱۹۸۵. No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social

.Behavior, Oxford: Oxford University Press

Meyrowitz, Joshua. ۱۹۹۴. Medium Theory, pp. ۵۰–۷۷ in D. Mitchell and D. Crowley (eds) .Communication Theory Today. Cambridge: Polity Press

ص: ۲۳۷

.Milka radanovie, diplomacy in the information age, mcclelland stewart inc, ۲۰۱۰

Mitra, A., Watts, E. K. ۲۰۰۲. Theorizing Cyberspace: The Idea of Voice Applied to the .Internet Discourse, New Media and Society, ۴, ۴۷۹–۴۹۸

Monge, Peter R. and Contractor, Noshir S. ۲۰۰۳. Theories of communication networks. UK: .Oxford University

Monroe E, Price. ۲۰۰۴. Media and sovereignty: The global information revolution and its .challenge to state power, MIT Press

Morley, David, and Robins, Kevin. ۲۰۱۳. Spaces of identity: Global media, electronic .landscapes and cultural boundaries, Routledge

Morozov, Evgeny. ۲۰۱۰. The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom. New York, .NY: Public Affairs

Mueller, Milton L. ۲۰۱۰. Networks and states: The global politics of Internet governance, .Mit Press

N. Taylor, information war: American propaganda, free speech and opinion control since ۹ .– ۱۴, seven stories press, ۲۰۰۸

Nancy L Roberts, Michael Emery and Edwin Emery. ۲۰۰۲. The Press and America: An .Interpretative History of the Mass Media, Harlow: Pearson Education

.Nikos christodolides, the internet diplomacy, american, ۶, ۲۰۰۵

Noll, A. M. ۲۰۰۳. The Myth of Convergence. The International Journal on Media .Management, ۵, ۱۲-۱۳

Noll, Michael. ۲۰۰۴. Internet Television: Definitions and Prospects at “Internet TV”, .Gerbarg, Dary Noam, Eli (eds), LEA

Norris, P, Democratic phoenix: Reinventing political activism. Cambridge, UK: Cambridge UniversityPress, ۲۰۰۲

.Nye, Joseph S. ۲۰۰۸. The powers to lead, Oxford University Press

.Nye, Joseph S. ۲۰۱۱. The Future of Power, US: Public Affairs

Oates, Sarah, and Gibson, Rachel K. ۲۰۰۶. The Internet and politics: citizens, voters and .activists, New York: Routledge

Ong, Walter. ۱۹۸۸. Orality and Literacy: The Technologizing of the Word. London: .Routledge

Oreilly, Tim. ۲۰۰۷."What is Web ۲.۰: Design patterns and business models for the next .generation of software, "Communications strategies, ۶۵

ص: ۲۳۸

Pearson, Roberta and Simpson, Philip (eds). ۲۰۰۵. Critical Dictionary of Film .TelevisionTheory, Routledge

Peters, John Durham. ۱۹۹۹. Speaking into the Air: A History of the Idea of Communication. .Chicago, IL: University of Chicago Press

Pfister, Damien Smith. ۲۰۱۱. Networked Expertise in an Era of Many-to-Many .Communication: On Wikipedia and Invention. Social Epistemology, ۲۵(۳), ۲۱۷–۲۳۱

Picard, Robert, Environmental and Market Changes Driving Strategic Planning in Media Firms, JIBS Reports on Media Series No. ۲۰۰۴-۲

Piers robinson, the cnn effect: can the news media drive foreisn policy?, review of .international studies, ۲۵ (۲), ۳۰۱ - ۳۰۹, ۱۹۹۹

Proedrou. Filippos, and Frangonikolopoulos, Christos A. ۲۰۱۰. "Russias Re-emergence in the Global System: Globalising or Anti-Globalising Force?”Journal of Contemporary .European Studies, ۱۸(۱), ۷۹-۹۰

Qvortrup, Lars. ۲۰۰۶. Understanding New Digital Media Medium Theory or Complexity .Theory? European Journal of Communication, ۲۱(۳), ۳۴۵-۳۵۶

Rasmussen, Terje. ۲۰۰۷. "Techno-politics, Internet Governance and some challenges ."facing the Internet

Rheingold, H.۲۰۰۰. Smart Mobs: the Next Social Revolution, Perseus, Cambridge, .Massachusetts, pp ۱۵۷–۸۲

Rheingold, Howard. ۲۰۰۰. Smart Mobs: The Next Social Revolution, Basic Books, Perseus, .Cambridge, Massachusetts

Saddiki, Said. ۲۰۰۶. "Diplomacy in a Changing World," Alternatives: Turkish Journal of .International Relations, ۵(۴), ۹۳-۱۰۵

Schiappa, E., Gregg, P. B., Hewes, D. E. ۲۰۰۵. The Parasocial Contact Hypothesis. .Communication Monographs, ۷۲, ۹۵–۱۱۸

Schiappa, Edward, Gregg, Peter B., and Hewes, Dean E. ۲۰۰۵. "The parasocial contact hypothesis," Communication Monographs, ۷۲(۱), ۹۲-۱۱۵.

Schudson,

and Earl, Martin. ۲۰۰۸. Media, Movements, and Political Change, Emerald Group Publishing.

Scolari, Carlos Alberto. ۲۰۰۸. Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactive, Gedisa.

ص: ۲۳۹

Scott, C. ۲۰۰۷. A Cross-cultural Comparison of Perceptions and Uses of mobile Telephony, New Media Society, ۴ (۹): ۳۴۳ - ۳۶۳.

Seib, Philip. ۲۰۱۰. Headline Diplomacy: How News Coverage Affects Foreign Policy, London: Praeger.

Shapiro, Samantha M. ۲۰۰۹. 'Revolution, Facebook-Style'. The New York Times, Retrieved Sep. ۲۸, ۲۰۱۱ from:

Sharp, Paul. ۲۰۰۹. Diplomatic theory of international relations, Cambridge University Press.

Shohamy, E. and Gorter, Durk. ۲۰۰۹. Linguistic Landscape: Expanding the Scenery, New York, Routledge.

Singh, Shivam. ۲۰۱۳. "Political Actions and Sports Policy," Economic and Political Weekly, ۴۸(۳۴), ۲۰-۲۲.

Slevin, James. ۲۰۰۰. Internet and society, Cambridge UK, Polity Press.

Smith, Gordon and Sutherland, Allen. ۲۰۰۲. "The new diplomacy: Real_time implications and applications," Canadian Foreign Policy Journal, ۱۰ (۱), ۴۱-۵۶.

Stevens, Tim. ۲۰۱۲. "A cyberwar of ideas? Deterrence and norms in cyberspace,"Contemporary Security Policy, ۳۳ (۱), ۱۴۸-۱۷۰.

Stöber, Rudolf. ۲۰۰۳. Mediengeschichte. Die Evolution 'neuer' Medien von Gutenberg bis Gates, Eine Einfuhrung, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Stöber, Rudolf. ۲۰۰۴. "What Media Evolution Is A Theoretical Approach to the History of New Media?" European Journal of Communication, ۱۹(۴), ۴۸۳-۵۰۵.

Straubhaar, Joseph D. ۱۹۹۱. "Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity," Critical Studies in media communication, ۸۱, ۳۹-۵۹.

Straubhaar, Joseph D. ۲۰۱۱. "Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity," Critical Studies in media communication, ۸(۱), ۳۹-۵۹.

Sunstein, Cass R. ۲۰۰۷. Reports in The Economist, ۲۷ Nov ۲۰۰۶, The Observer, ۲۹ April ۲۰۰۷, .The Guardian, ۹May ۲۰۰۷

Syed Hussein Mohamad, Dr. ۱۹۹۹. Communications in the New Millennium. Paper .presented at ‘EC Talks’, Kuala Lumpur

Tapscott, Don. ۲۰۰۸. Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything, New .York, ۲۰۰۷

ص: ۲۴۰

.The Economist. ۲۰۱۰. Don't Mess with Us. The Economist, January ۲, ۲۰۱۰, ۳۱

Vallath, Chandrasekhar. ۲۰۰۹. "The technologies of convergence." Electronic .communication convergence, Policy challenges in Asia, New Delhi: Sage

Van Aelst, Peter Walgrave, Stefaan. ۲۰۰۴. in Cyberprotest New Media, Citizens and Social .Movement, Wim van de Donk, Brian D.Loader, Paul G.Nixon Dieter Rucht (eds), Routledge

Van De Donk, Wim, Loader, Brian D, Nixon, Paul G, and Rucht, Dieter, eds. ۲۰۰۴. .Cyberprotest: New media, citizens and social movements, Routledge

.Ventre, Daniel, ed. ۲۰۱۲. Cyberwar and Information Warfare, John Wiley Sons

.Wallis, Roger and Baran, Stanley. ۱۹۹۰. The Khown World of Broaeast News, Routldge

Weber, Rolf H. ۲۰۰۹. "Internet of things–Need for a new legal environment?,"Computer .law security review, ۲۵(۶), ۵۲۲-۵۲۷

Westcott, Nicholas. ۲۰۰۸. "Digital diplomacy: The impact of the Internet on International ."relations

Whitney, Lance. ۲۰۰۹. Average Net user now online ۱۳ hours per week, .http://news.cnet.com/۸۳۰۱-۱۰۲۳_۳-۱۰۴۲۱۰۱۶-۹۳.html (accessed March ۳۱, ۲۰۱۲

Wilke, Jürgen. ۲۰۰۳.Grundzüge der Medien-und Kommunikationsgeschichte. Von den .Anfängen bis ins ۲۰. Jahrhundert, Publizistik, Weimar: B¨ohlau

Wilkins, Karin G. ۲۰۰۹. Home /Land/ Security: What We Learn about Arab Communities .from Action- Adventure Films, Lexington Books

WRR, Netherlands Scientific Council for Government Policy. ۲۰۰۵. Media Policy for the .Digital Age, Amsterdam University Press

Zavoina, Susan, and Reichert, Tom. ۲۰۰۰. Media Convergence/Management Change: The .Evolving Workflow for Visual Journalists, The Journal of Media Economics, ۱۳(۲), ۱۴۳-۱۵۱

Zielinski, Siegfried. ۲۰۰۶. Deep time of the media: Toward an Archaeology of Hearing and Seeing by Technical Means, Cambridge, MA: MIT Press.

درباره مرکز

بسمه تعالی

هَلْ یَسْتَوِی الَّذِینَ یَعْلَمُونَ وَالَّذِینَ لَا یَعْلَمُونَ

آیا کسانی که می‌دانند و کسانی که نمی‌دانند یکسانند ؟

سوره زمر/ ۹

مقدمه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان، از سال ۱۳۸۵ هـ.ش تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن فقیه امامی (قدس سره الشریف)، با فعالیت خالصانه و شبانه روزی گروهی از نخبگان و فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

مرامنامه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان در راستای تسهیل و تسریع دسترسی محققین به آثار و ابزار تحقیقاتی در حوزه علوم اسلامی، و با توجه به تعدد و پراکندگی مراکز فعال در این عرصه و منابع متعدد و صعب الوصول، و با نگاهی صرفا علمی و به دور از تعصبات و جریانات اجتماعی، سیاسی، قومی و فردی، بر مبنای اجرای طرحی در قالب « مدیریت آثار تولید شده و انتشار یافته از سوی تمامی مراکز شیعه» تلاش می نماید تا مجموعه ای غنی و سرشار از کتب و مقالات پژوهشی برای متخصصین، و مطالب و مباحثی راهگشا برای فرهیختگان و عموم طبقات مردمی به زبان های مختلف و با فرمت های گوناگون تولید و در فضای مجازی به صورت رایگان در اختیار علاقمندان قرار دهد.

اهداف:

۱.بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام)

۲.تقویت انگیزه عامه مردم بخصوص جوانان نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی

۳.جایگزین کردن محتوای سودمند به جای مطالب بی محتوا در تلفن های همراه ، تبلت ها، رایانه ها و ...

۴.سرویس دهی به محققین طلاب و دانشجو

۵.گسترش فرهنگ عمومی مطالعه

۶.زمینه سازی جهت تشویق انتشارات و مؤلفین برای دیجیتالی نمودن آثار خود.

سیاست ها:

۱.عمل بر مبنای مجوز های قانونی

۲.ارتباط با مراکز هم سو

۳.پرهیز از موازی کاری

۴.صرفا ارائه محتوای علمی

۵.ذکر منابع نشر

بدیهی است مسئولیت تمامی آثار به عهده ی نویسنده ی آن می باشد .

فعالیت های موسسه :

۱.چاپ و نشر کتاب، جزوه و ماهنامه

۲.برگزاری مسابقات کتابخوانی

۳.تولید نمایشگاه های مجازی: سه بعدی، پانوراما در اماکن مذهبی، گردشگری و...

۴.تولید انیمیشن، بازی های رایانه ای و ...

۵.ایجاد سایت اینترنتی قائمیه به آدرس: www.ghaemiyeh.com

۶.تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و...

۷.راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی

۸.طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و...

۹.برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم (مجازی)

۱۰.برگزاری دوره های تربیت مربی (مجازی)

۱۱. تولید هزاران نرم افزار تحقیقاتی قابل اجرا در انواع رایانه، تبلت، تلفن همراه و... در ۸ فرمت جهانی:

۱.JAVA

۲.ANDROID

۳.EPUB

۴.CHM

۵.PDF

۶.HTML

۷.CHM

۸.GHB

و ۴ عدد مارکت با نام بازار کتاب قائمیه نسخه :

۱.ANDROID

۲.IOS

۳.WINDOWS PHONE

۴.WINDOWS

به سه زبان فارسی ، عربی و انگلیسی و قرار دادن بر روی وب سایت موسسه به صورت رایگان .

درپایان :

از مراکز و نهادهایی همچون دفاتر مراجع معظم تقلید و همچنین سازمان ها، نهادها، انتشارات، موسسات، مؤلفین و همه بزرگوارانی که ما را در دستیابی به این هدف یاری نموده و یا دیتا های خود را در اختیار ما قرار دادند تقدیر و تشکر می نماییم.

آدرس دفتر مرکزی:

اصفهان -خیابان عبدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آباده ای - کوچه شهید محمد حسن توکلی -پلاک ۱۲۹/۳۴- طبقه اول
وب سایت: www.ghbook.ir
ایمیل: Info@ghbook.ir
تلفن دفتر مرکزی: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹
دفتر تهران: ۸۸۳۱۸۷۲۲ _ ۰۲۱
بازرگانی و فروش: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹
امور کاربران: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹



قائمیه
اصفهان



برای داشتن کتابخانه های تخصصی
دیگر به سایت این مرکز به نشانی
www.Ghaemiyeh.com
www.Ghaemiyeh.net
www.Ghaemiyeh.org
www.Ghaemiyeh.ir
مراجعه و برای سفارش با ما تماس بگیرید.
۰۹۱۳ ۲۰۰۰ ۱۰۹